

**VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

**VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA**

KATEDRA MANAGEMENTU

**Návrh motivačního programu vybrané organizace
určený studentům vysokých škol**

**Proposal of Motivation Program of a Selected Organization
Designed for University Students**

Student: Nad'a Brončková

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Věra Válková, MBA

Ostrava 2010

Zadání bakalářské práce

Student: Naďa Brončková
Studijní program: B6208 – Ekonomika a management
Studijní obor: 6208R037 – Management
Téma: Návrh motivačního programu vybrané organizace
 určený studentům vysokých škol
 Proposal of Motivation Program of a Selected
 Organization Designed for University Students

Osnova práce:

1. Úvod
 2. Teorie motivace
 3. Charakteristika společnosti OKD, Doprava, a.s.
 4. Analýza
 5. Návrhy a doporučení
 6. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Přílohy

Odborná literatura:

ADAIR, John. Efektivní motivace. Přel. Vorlíčková, L. 1. vyd. Praha: Alfa Publishing, 2004. 178 s. ISBN 80-86851-00-1.
NAKONEČNÝ, Milan. Motivace lidského chování. 1. vyd. Praha: Academia, 1996. 270 s. ISBN 80-200-0592-7.
SURYNEK, Alois; KOMÁRKOVÁ, Růžena; KAŠPAROVÁ, Eva. Základy sociologického výzkumu. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001. 160 s. ISBN 80-7261-038-4.
ŠTIKAR, Jiří. Psychologie ve světě práce. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003. 461 s. ISBN 80-246-0448-5.

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Věra Válková, MBA

Datum zadání: 20. listopadu 2009

Datum odevzdání: 7. května 2010

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně.

Naďa Brončková

V Ostravě dne 7.května 2010.

Děkuji vedoucí své bakalářské práce Mgr. Věře Válkové, MBA
za vstřícný přístup, odborné vedení, cenné rady a připomínky.

V Ostravě dne 7.května 2010.

Naďa Brončková

OBSAH

1	ÚVOD	1
2	TEORIE MOTIVACE	3
2.1	Pojmy	3
2.1.1	Motivace, motiv	3
2.1.2	Stimulace, stimul	5
2.2	Proces motivace	5
2.3	Typy motivace	7
2.3.1	Vnitřní motivace	7
2.3.2	Vnější motivace	7
2.4	Teorie instrumentality	7
2.5	Teorie zaměřené na obsah (teorie potřeb)	8
2.5.1	Teorie hierarchie potřeb	8
2.5.2	Teorie dvou faktorů	9
2.5.3	Teorie ERG	10
2.6	Teorie zaměřené na proces	11
2.6.1	Teorie očekávání (expektační teorie)	11
2.6.2	Teorie spravedlnosti	12
2.6.3	Teorie X a Y	12
2.7	Rozdíl generací	13
2.7.1	Generační zařazení a rozdíly v přístupu k práci	13
2.7.2	Motivační prvky generace Y	14
2.8	Sociologický výzkum, sociologický průzkum	15
2.8.1	Fáze výzkumného procesu	16
2.9	Metody sociologického výzkumu	17
2.9.1	Techniky dotazování	18
2.9.2	Dotazník	18
2.9.3	Konstrukce dotazníku	18
2.9.4	Formulace otázek	19
2.9.5	Základní druhy otázek	20
2.9.6	Výhody a nevýhody dotazníku	21
3	CHARAKTERISTIKA PODNIKU OKD, Doprava, a.s.	22
3.1	Historie společnosti	22

3.2	Profil společnosti	23
3.3	Organizační struktura společnosti	24
3.4	Personální úsek.....	25
4	ANALÝZA	26
4.1	Stávající systém spolupráce se školami	26
4.1.1	Praktická výuka	26
4.1.2	Spolupráce při vypracovávání závěrečných prací	27
4.1.3	Exkurze	27
4.1.4	Veletrhy pracovních příležitostí	27
4.1.5	Placené brigády, odborné praxe, stáže	28
4.2	Průzkum zaměřený na motivaci studentů VŠ	28
4.2.1	Použitá metoda, technika.....	28
4.2.2	Charakteristika zkoumaného vzorku.....	29
4.2.3	Sběr dat – Realizační fáze průzkumu.....	29
4.2.4	Struktura respondentů	30
4.2.5	Vyhodnocení – Interpretace zjištěných dat	31
4.3	Shrnutí výsledků průzkumu	43
5	NÁVRHY A DOPORUČENÍ	44
5.1	Návrh motivačního programu	44
6	ZÁVĚR	48

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Přílohy

1. ÚVOD

Nacházíme se v období, kdy globální ekonomiku zasáhla jedna z nejhorších světových krizí. Důsledkem toho je, že mnoho společností muselo ukončit svoji činnost, nebo byly nuceny dramaticky redukovat své výrobní kapacity, což postupně vedlo i k výrazné redukci potřebného počtu zaměstnanců.

Z tohoto pohledu vystupuje do popředí tematika řízení lidských zdrojů, protože právě v takové době krizí ovlivněného tržního prostředí, je jeden z hlavních úkolů organizace udržení nebo nalezení zaměstnanců klíčových pro chod společnosti.

Přestože pracovní trh zaznamenal výraznou stagnaci a statistiky evidence počtu nezaměstnaných stále dosahují nových rekordů, je stále obtížnější nalézt a získat pro sebe kvalifikovanou pracovní sílu. Důvodem je to, že společnosti si začínají mnohem více uvědomovat roli klíčových zaměstnanců, kteří by svými dovednostmi a potenciálem mohli výrazně přispět k adaptaci společnosti na současnou situaci.

Jedna z možných cest k nalezení klíčových zaměstnanců vede přes vyhledání a následnou profesní přípravu talentovaných studentů, kteří budou připraveni po ukončení studia plně se zapojit do pracovních činností společnosti. Mnoho úspěšných firem pochopilo, že pokud se mají plnohodnotně utkat se současnou situací, nesmí opomíjet tuto možnost hledání talentů a naopak agresivně se pustit do konkurenčního boje v této oblasti.

Z výše uvedeného vyplývá téma mé bakalářské práce, která je zaměřena na problematiku motivace, konkrétně zjišťování motivačních faktorů studentů vysokých škol pomocí sociologického průzkumu.

Za tímto účelem jsem se pro sběr dat rozhodla využít metodu kvantitativního výzkumu, která ke získávání informací využívá dotazování, zvolenou technikou je dotazník.

Bakalářskou práci jsem rozdělila na část teoretickou, ve které popisuji teoretická východiska motivace a stručně se v ní věnuji také metodologii kvantitativního výzkumu a na část praktickou, ve které analyzuji současný stav

spolupráce mezi firmou OKD, Doprava, a.s. a studenty VŠ. Následně vyhodnocuji dotazník a v závěru navrhuji opatření, která by vedla ke zlepšení motivace studentů.

Cílem mé bakalářské práce je zjistit úroveň motivovanosti studentů k navázání vzájemných vztahů s podniky již během jejich studia a navrhnout společnosti OKD, Doprava, a.s. motivační program, který by pomohl tyto vztahy ještě více rozvíjet. Věřím, že poznatky získané v rámci průzkumu budou prospěšné jak pro podnik, tak také pro studenty.

2. TEORIE MOTIVACE

Zabývá se otázkou, proč se lidé chovají určitým způsobem, proč určité úsilí vyvíjejí v konkrétním směru. Zkoumá celkový proces motivování a zabývá se faktory, které se podílí na spokojenosti jednotlivých lidí (Armstrong, 2007).

Nejlépe podstatu motivace vyjádřil Milan Nakonečný (2004, str.16) řekl: „Porozumět chování druhého člověka znamená identifikovat motivy tohoto chování, a protože ty souvisejí se světem lidských hodnot, znamená to i porozumění hodnotové orientaci osobnosti“.

Přístupy k motivaci jsou založeny na teoriích motivace, kterých existuje celá řada. Důvodem rozsáhlejšího počtu těchto teorií je fakt, že lidé jsou velmi komplikovaní a žádná teorie neposkytuje univerzálně přijatelné vysvětlení (Lednický, 2003).

V této práci se budu zabývat pouze těmi nejvlivnějšími, kterými jsou:

- **Teorie instrumentality** – tvrdí, že prostředkem k zabezpečení žádoucího chování nebo konání lidí, jsou odměny nebo tresty (politika cukru a biče).
- **Teorie zaměřené na obsah** – tvrdí, že motivace se týká především uspokojení potřeb, a proto identifikují hlavní potřeby, které ovlivňují chování lidí.
- **Teorie zaměřené na proces** – zabývají se psychologickými procesy, které ovlivňují motivaci a zaměřují se na průběh motivačního procesu.

2.1 Pojmy

2.1.1 Motivace, motiv

Motivace představuje vnitřní hnací sílu, která aktivuje lidské jednání směrem ke stanovenému cíli. Motivace je snaha vytvořit u lidí vnitřní zájem a přimět k činu druhého člověka. Jedná se o psychickou regulaci lidské činnosti. Proměnlivost a subjektivnost jakéhokoliv výkonu člověka je přitom dána výběrem formy jednání a stanovením určitého cíle z celé řady možných forem a cílů.

Motiv je prvotní impuls, vnitřní pohnutka. Je to důvod, který člověka přiměje k činnosti. Pokud je motiv dostatečně silný, dojde k přechodu od přání něco získat k rozhodnutí něco udělat. Rozhodujícím faktorem je zde vůle.

Motiv je tedy chápán jako psychologická příčina určitého chování či jednání člověka, která individualizuje jeho prožívání a dává činnosti psychologický smysl.

Obečným cílem každého motivu je dosažení určitého psychického stavu, zpravidla je to vnitřní uspokojení, pocit naplnění z dosažení stanoveného cíle. Působení motivu trvá do té doby, dokud není dosaženo cíle a jedinec nedosáhne očekávaného uspokojení.

Na jednání člověka nepůsobí jen jeden motiv, ale zpravidla celá řada motivů. Motivy shodné či podobné se navzájem posilují, naopak motivy protikladné se oslabují a mohou motivovanou činnost narušovat či dokonce znemožňovat (Bedrnová, Nový, 1998).

Mezi základní motivy jako zdroji motivace patří:

- **Potřeby** – k motivaci dochází zjištěním určitého nedostatku či přebytku a snahou tento pocíťovaný nedostatek odstranit a tím dosáhnout uspokojení.
- **Ideály** – projevují se v činech člověka a určují stanoviska, která zaujímá. Ideál slouží jako vzor a vodítko pro jeho jednání.
- **Hodnoty** - hodnotová orientace ovlivňuje jednání a prožívání člověka. Hodnotou může být zdraví, rodina, práce, společenské postavení. Tyto hodnoty ovšem nemají trvalý charakter a v průběhu života každého jedince se mohou měnit.
- **Zájmy** – na motivaci člověka se podílí významným způsobem. Aktivuje snahu po poznání a ovládnutí předmětu zájmu. Způsob, jakým člověk přistupuje k jednotlivým činnostem, přispívá k charakteristice osobnosti a dalo by se hovořit o významném faktoru při volbě povolání.
- **Návyky** – naučený vzorec chování, který vede k tendencím postupovat v určitých situacích vyzkoušeným a osvojeným způsobem.
- **Cíle** – je v souvislosti s motivem třeba chápat jako důvod, proč usilujeme právě o tento konkrétní cíl.
- **Postoje** – pozitivní nebo negativní hodnocení a tendence jednat pro či proti. Postoje do určité míry ovlivňují jednání člověka a proto je důležité se jimi zabývat, poznat postoje jedince, pokud chceme jeho jednání změnit (Bláha, Mateiciuc, 2008).

2.1.2 Stimulace, stimul

Stimulace představuje vnější působení na psychiku člověka, jeho ovlivňování. Pokud je dosaženo změny psychických procesů člověka, především prostřednictvím změny jeho motivace, dochází k určitým změnám činnosti daného člověka (Bláha, Mateiciuc, 2008).

Stimul je jakýkoliv podnět, který vyvolává určité změny v motivaci člověka a přiměje ho k aktivitě. John Adair (2004, str. 20) řekl: „Když motivujete druhé, používáte vědomě nebo nevědomě stimuly toho či onoho druhu a směřujete je k mysli, srdci či duši.“

Zatímco motivy představují vnitřní hybné síly, které se vyskytují zpravidla v rámci celého souboru motivů, stimuly jsou vnější pobídky, kterými je člověk, obvykle cílevědomě, podněcován k žádoucím aktivitám. Tyto stimuly mohou být použity v podobě nabízených možností, odměn a sankcí, kdy člověk registruje jejich význam, využívání i důsledky (Štikar, 2003).

2.2 Proces motivace

Aby motivování fungovalo efektivně, musí být založeno na řádném poznání a pochopení celého procesu motivace, který je velice komplikovaný, a to především z toho důvodu, že lidé mají různé potřeby, stanovují si různé cíle a těchto cílů dosahují různými způsoby.

Za důležitou skutečnost je považován fakt, že motivace působí současně ve třech dimenzích:

- **Dimenze směru** – motivaci člověka a jeho činnost zaměřuje určitým směrem, nebo jej naopak od jiných možných směrů odvrací. Vnímání této skutečnosti lze vyjádřit slovy „chci to“, nebo naopak „nezajímá mne to“.
- **Dimenze intenzity** – v závislosti na intenzitě motivace člověka je jeho činnost v daném směru podpořena úsilím jedince, větším či menším, ve snaze dosáhnout svého cíle. Vnímání člověka lze přiblížit vyjádřením „docela bych chtěl“, „velmi toužím“ atd.

- **Dimenze stálosti** – v této rovině se motivace člověka projevuje mírou jeho schopnosti překonávat nejrůznější překážky, které se při uskutečňování motivované činnosti mohou objevit. Při velké míře vytrvalosti bude jedinec pokračovat ve své činnosti i přes nejrůznější překážky a neúspěchy, v původním směru a s nezměněnou intenzitou (Bedrnová, Nový, 1998).

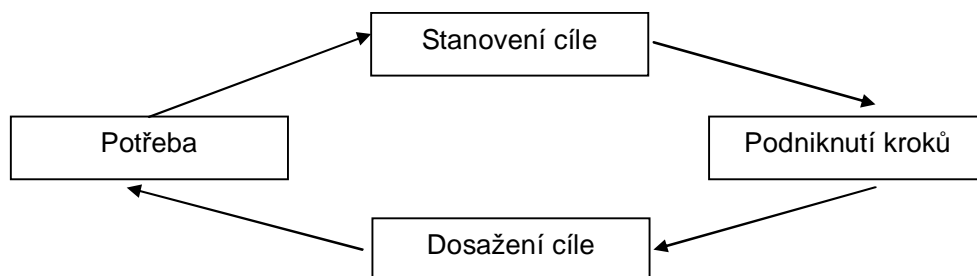
Z výše uvedeného vyplývá, že motivování lidí je vlastně jejich ovlivňování ve směru, kterým chceme, aby se ubírali, a to za účelem dosažení předem stanoveného výsledku.

Dobře motivovaní lidé mají jasně setinové cíle a podnikají kroky, které je k jejich cílům dovedou (Armstrong, 2007).

Model procesu motivace související s potřebami je znázorněn na obrázku 2.1. Na modelu je vidět, že proces motivace sestává ze čtyř kroků:

- **Potřeba** – motivace vychází z vědomého či mimovolného zjištění neuspokojených potřeb, které vytvářejí přání něčeho dosáhnout nebo něco získat.
- **Stanovení cíle** – následně jsou stanoveny cíle, které mají tyto potřeby uspokojit a jsou zvoleny cesty nebo způsoby chování, které k dosažení cíle povedou.
- **Podniknutí kroků** – realizace zvolených kroků.
- **Dosažení cíle** – je-li cíle dosaženo a potřeba uspokojena, pak v případě, že se objeví podobná potřeba, bude se chování pravděpodobně opakovat. Není-li cíle dosaženo, je méně pravděpodobné, že se budou tytéž kroky v budoucnu opakovat (Armstrong, 2007).

Obr. 2. 1 Proces motivace



Zdroj: Armstrong, M. Řízení lidských zdrojů, Nejnovější trendy a postupy, 2007.

2.3 Typy motivace

Existují dva způsoby, kterými lze docílit pracovní motivace. První způsob je motivace sama sebe, kdy lidé vykonávají práci, která je uspokojuje v jejich potřebách, nebo od ní přinejmenším očekávají splnění svých cílů. Druhý způsob je motivace lidí prostřednictvím managementu, který používá metod jako je odměňování, pochvala, povýšení atd. (Armstrong, 2007).

Frederick Herzberg a kol. ve své publikaci „The Motivation to Work“ rozdělili motivaci na dva typy – vnitřní a vnější.

2.3.1 Vnitřní motivace

Zahrnuje faktory, které si jednotlivci vytvářejí sami. Tyto faktory ovlivňují jejich způsob chování a určují směr, kterým se budou ubírat. Těmito faktory jsou:

- odpovědnost (pocit důležitosti vykonávané práce)
- autonomie (volnost při výkonu své práce)
- příležitost rozvíjet své dovednosti a schopnosti a plně je využívat
- zajímavá a podnětná práce
- možnost pracovního postupu v hierarchii firmy

2.3.2 Vnější motivace

Jestliže u zaměstnance nedochází k vnitřní motivaci, je zapotřebí jej namotivovat pomocí vnějších motivátorů. Vytvářet vnější motivaci tedy znamená působit na člověka takovým způsobem a takovými prostředky, které způsobí jeho zájem a snahu (Armstrong, 2007).

2.4 Teorie instrumentality

V důsledku potřeby zracionalizovat práci s důrazem na ekonomické výsledky se v 19. století objevila teorie, která vychází z přesvědčení, že pokud uděláme jednu věc, povede to k věci jiné, což je nazýváno „Instrumentalita“. Tato teorie tvrdí, že člověka lze motivovat k práci, pokud budou odměny a tresty přímo provázány s jeho výkonem (odměny závislé na skutečném výkonu). Motivování lidí tímto způsobem sice může být úspěšné, ale je založeno výhradně na systému kontroly a navíc nerespektuje celou řadu dalších lidských potřeb. Nevýhodou také je, že systém řízení a kontroly ve skutečnosti není vždy zcela objektivní (Armstrong, 2007).

2.5 Teorie zaměřené na obsah (teorie potřeb)

Tyto teorie můžeme také nazvat teoriemi motivačních příčin, neboť hledají odpověď na otázku „proč“. Vychází z přesvědčení, že obsahem motivace jsou potřeby a z předpokladu, že neuspokojená potřeba vede ke stavu nerovnováhy a vytváří napětí. Aby bylo možno opět dosáhnout rovnováhy, je třeba správně identifikovat cíl, jehož dosažení tuto potřebu uspokojí, a přizpůsobit tomu způsob chování.

Každý jedinec má jiné potřeby. Některé mohou vyvolat mnohem větší úsilí při dosahování cíle než jiné. Maslow sestavil koncepci hierarchie potřeb, která se stala základem pro tuto teorii. Herzberg pak provedl zásadní modifikaci Maslowovy teorie a kromě nich vytvořil svou ERG teorii Alderfer, který se zabýval potřebami existence, příslušnosti a růstu (Armstrong, 2007).

2.5.1 Teorie hierarchie potřeb

Jednu z nejznámějších motivačních teorií vytvořil americký psycholog A. Maslow. Podle něj tvoří potřeby hierarchický systém, který lze členit do pěti úrovní v pyramidálním uspořádání, kde jsou seřazeny od nejnižších po nejvyšší.

Princip Maslowovy teorie spočívá v tvrzení, že pokud dojde k uspokojení nižší potřeby, pozornost jedince se přesouvá a dominantní se stává uspokojení vyšší potřeby (Armstrong, 2007).

Maslow také formuloval princip funkční autonomie potřeb, ve které mj. uvedl, že jakmile je dosaženo úrovní vyšších potřeb, mohou se tyto vyšší potřeby stát autonomními, dále již nezávislými na uspokojení potřeb nižších (Bedrnová, Nový, 1998). Nižší potřeby poté sice dočasně usnou, ale stále existují a lidé se k nim soustavně vrací.

Obr. 2. 2 Maslowova pyramida



Zdroj: Bělohávek, F. Jak řídit a vést lidi, 2005.

Jedná se o následující systém potřeb:

- **Fyziologické potřeby** – potřeba vody, stravy, spánku, odpočinku, sexu. Je zde vše, co je třeba k udržení života. V pracovním prostředí jsou to ochranné pomůcky, odstraňování škodlivých vlivů na pracovišti.
- **Potřeby jistoty a bezpečí** – potřeba bezpečí, ochrany, péče a pomoci. Jde o zajištění existence do budoucnosti. Pro pracovníky to je dobrá perspektiva podniku, který zajistí zaměstnání i v budoucnosti.
- **Sounáležitost** – potřeba přijetí druhými lidmi do nějaké skupiny a dobré vztahy s ostatními (přátelství, láska).
- **Potřeby uznání a ocenění** – potřeba úcty, prestiže, sebeocenění a respektu ze strany ostatních lidí. Pro zaměstnance je důležité jako ocenění za jeho práci pochvala, peníze a také postavení.
- **Sebeaktualizace** – potřeba realizovat veškeré své schopnosti a talent, svůj potenciál. Pokud bude práce dobře organizována, bude zaměstnance těšit a dokáže z něj vytáhnout maximální pracovní nasazení (Bělohlávek, 2005).

2.5.2 Teorie dvou faktorů

Bývá také označována jako motivačně hygienická teorie a zakládá se na předpokladu, že člověk má dvě skupiny protikladných potřeb: živočišnou potřebu vyhnout se bolesti (svým charakterem subhumánní), a naproti tomu kulturní potřebu psychického růstu (typicky a výhradně lidská).

Herzberg a kol. zjistili, že na pracovní motivaci, resp. na pracovní spokojenost působí dvě skupiny faktorů, které jsou zásadně odlišné.

Koubek J. (2007) tyto faktory uvedl přehledně ve schématu, které můžete vidět na obrázku 2.3.

Obr. 2. 3 Faktory Herzbergovy dvoufaktorové teorie motivace

MOTIVÁTORY		HYGIENICKÉ FAKTORY	
<p>Spokojenost</p> <p>↑</p> <p>Neutrální stav (žádná spokojenost)</p>	Přítomnost	Přítomnost	<p>Neutrální stav (žádná nespokojenost)</p> <p>↓</p> <p>Nespokojenost</p>
	<p>Úspěch (dosažení cíle)</p> <p>Uznání</p> <p>Práce sama</p> <p>Odpovědnost (pravomoci)</p> <p>Povýšení</p> <p>Možnost osobního růstu</p>	<p>Podniková politika a správa</p> <p>Dozor (odborný dozor)</p> <p>Vztahy s nadřízenými</p> <p>Vztahy s kolegy</p> <p>Vztahy s podřízenými</p> <p>Mzda/plat</p> <p>Pracovní podmínky</p> <p>Jistota práce</p> <p>Osobní život</p>	
	Nepřítomnost	Nepřítomnost	

Zdroj: KOUBEK, Josef. Řízení lidských zdrojů. Základy moderní personalistiky. 2007.

Nepřítomnost **hygienických faktorů** tedy dle uvedeného schématu vyvolává pracovní nespokojenost a působí negativně na motivaci pracovního jednání. Přítomnost těchto faktorů vede pouze k neutrálnímu stavu, ale nemá výraznější vliv na motivaci k práci.

Nepřítomnost **motivátorů** pak způsobuje neutrální stav bez motivace. Přítomnost uvedených motivátorů vede k pracovní spokojenosti a má příznivý vliv na pracovní motivaci.

Význam dvoufaktorové motivačně hygienické teorie spočívá ve skutečnosti, že pracovní spokojenost souvisí s pracovní motivací.

Herzberg zdůrazňuje, že pracovní spokojenost nemusí automaticky znamenat motivovanost pracovníka (Bedrnová, Nový, 1998).

2.5.3 Teorie ERG

Název teorie ERG je odvozen z prvních písmen anglických názvů jednotlivých skupin potřeb. Clayton Alderfer přepracoval Maslowovu pyramidu a zredukoval pouze na tři skupiny. Reagoval tímto na nové poznatky z výzkumu lidského chování.

Skupiny potřeb dle Alderfera:

- **Existenční** (existency) – materiální a fyziologické potřeby.

- **Vztahové** (relatedness) – vztahy k lidem: láska, přátelství, hněv, nenávisť. Pokud tato potřeba není uspokojena, nepředstavuje to nepřátelství, ale spíše odstup a opomíjení jedince.
- **Růstové** (growth) – kreativní práce člověka, jak sám na sobě, tak i na okolí.

Podle Maslowova vyjádření s uspokojením potřeby její další význam klesá a do popředí se dostává potřeba nová, vyšší. Kdežto podle Alderferera toto tvrzení může platit pouze pro potřeby existenční a vztahové, ale nikoliv pro potřeby růstové, kde se naopak s jejich uspokojením jejich význam ještě zvyšuje (Bělohlávek, 2005).

2.6 Teorie zaměřené na proces

Tyto teorie jsou známy také jako kognitivní (poznávací) teorie, neboť hledají odpověď na otázku „**jak**“. Zabývají se tím, jak lidé vnímají své pracovní prostředí a také jakým způsobem je interpretují a chápou.

Teorie zaměřené na průběh motivačního procesu jsou pro manažery bezpochyby užitečnější než teorie potřeb, neboť poskytují realističtější návody, jak postupovat při motivování lidí (Armstrong, 2007).

2.6.1 Teorie očekávání (expektační teorie)

Tvůrcem této teorie je V. Vroom a opírá se o dva faktory, které hrají svou roli při úsilí lidí vkládaném do jejich práce:

- **Hodnoty** (valence) – subjektivně vnímaná hodnota výsledku, vyjadřuje hodnotu odměny pro jedince v závislosti na tom, do jaké míry bude uspokojena jeho potřeba jistoty, uznání, autonomie, seberealizace. Jinými slovy, na kolik si cení dosažení svého cíle.
- **Očekávání** (expektace) – subjektivně vnímaná pravděpodobnost, že vynaložené úsilí skutečně povede k očekávanému výsledku.

Čím vyšší je hodnota odměny a čím vyšší je pravděpodobnost, že úsilí skutečně povede ke získání této odměny, tím větší úsilí bude za dané situace investováno.

Armstrong (2007, str. 225) řekl: „Motivace je možná pouze tehdy, když mezi výkonem a výsledkem existuje jasně vnímaný a použitelný vztah a je-li výsledek považován za nástroj uspokojení potřeb.“

Porter a Lawler doplňují tuto teorii o dvě proměnné, které ovlivňují splnění úkolu, neboť tvrdí, že samotné úsilí nestačí. Těmito proměnnými jsou:

- **Schopnost** – individuální charakteristiky jedince, jako je inteligence, znalosti, dovednosti.
- **Vnímání role** – co si jedinec přeje dělat a nebo co si myslí, že by měl dělat.

2.6.2 Teorie spravedlnosti

Teorie spravedlnosti či jinak také teorie rovnováhy vydání a zisku je spojována se jménem J. Adamse. Klíčovou myšlenkou této teorie je sklon lidí k sociálnímu srovnávání, s tendencí k rovnováze.

Člověk srovnává, jakým způsobem se s ním v porovnání s jinými lidmi zachází. Pokud to, co do práce vkládá (čas, námahu, schopnosti) a co za to získává (plat, uznání, jistotu, osobní rozvoj apod.) on sám, je srovnatelné s tím, co vkládají a získávají ostatní srovnávané osoby, pak je vztah vnímám jako spravedlivý (Lednický, 2003).

Existují dvě formy spravedlnosti:

- **Distributivní spravedlnost** – jak pracovníci cítí, že jsou odměňováni v porovnání s ostatními podle svého přínosu.
- **Procedurální spravedlnost** – jak lidé vnímají postupy používané podnikem např. při hodnocení pracovníků nebo jejich povyšování.

2.6.3 Teorie X a Y

Teorie X a Y výrazně čerpá z práce A. Maslowa a jejím autorem je D. McGregor, který vychází z existence dvou protikladných představ o člověku.

Teorii X opřel o tvrzení, že: „lidé mají malý nebo žádný zájem o organizaci, pro kterou pracují, případně o její hlavní záměr. Jsou hnáni strachem nebo hrozbami, nebo vábeni nabídkou finančních lákadel (metoda cukru a biče).“, jak uvádí (Adair 2004, str. 46).

Teorie Y oproti tomu vychází z představ, že pro člověka je výdej energie v práci a smysl pro odpovědnost zcela přirozeným, a že důležitější než např. finanční odměny jsou pro něj pocit důležitosti a užitečnosti.

S postupujícím ekonomickým, kulturním a sociálním rozvojem lidské společnosti odpovídá převážná většina populace spíše typu Y, což umožňuje spojování cílů podniku s cíli jednotlivců v organizaci a dovoluje přenášet stále větší díl odpovědnosti za vlastní práci a její výsledky konkrétním pracovníkům (Bedrnová, Nový, 1998).

2.7 Rozdíl generací

Chceme-li jednoznačně pochopit motivační prvky absolventů vysokých škol (současná mladá generace připravující se na vstup do svého budoucího zaměstnání), je nutné tuto skupinu více specifikovat a charakterizovat její postavení ve společnosti. Přestože pro tuto skupinu existuje mnoho popisných charakteristik, jako nejvýstižnější se jeví její začlenění do posloupnosti generací.

Dle odborné literatury tak můžeme současné vysokoškoláky zařadit do skupiny označované jako „Generace Y“ přičemž toto označení platí pro mladé lidi narozené po roce 1976.

2.7.1 Generační zařazení a rozdíly v přístupu k práci

Názornější pochopení jednotlivých generací a jejich uplatnění v profesním životě vede přes porozumění rozdílného způsobu jejich prezentace, jednání a přístupu k práci. Generace můžeme specifikovat následovně:

- **Baby boomers** – lidé narození v poválečné době, v období 1946 – 1964
- **Generace X** – lidé narození v období 1965 – 1974 (můžeme se i setkat s názorem až do roku 1982)
- **Generace Y** – lidé narození po roce 1976

Přechod mezi generací X a Y není jednoznačný a dochází zde k prolínání. Z pohledu personalistů lze Generaci Y rozdělit ještě na dvě výrazné podskupiny, a to na osoby starší 25 let (pojetím jsou blíže Generaci X), a na osoby mladší 25 let.

Pochopení rozdílů chování mezi generacemi je velice důležité a může mít nemalý vliv na úspěšné začlenění absolventů do týmu a úroveň jejich pracovního nasazení jak ukazují mnohé nezávislé studie.

Například z výsledků mezinárodního průzkumu prováděného společností Kelly Services (odpovědělo téměř 100 000 respondentů z 34 zemí, včetně České republiky), který se zaměřoval na porovnání tří již zmíněných věkových skupin, došla

společnost Kelly Services k závěru, že Generace Y jednoznačně preferuje komunikační sítě, zatímco Generace X a Baby boomers nadále upřednostňují komunikaci přímou.

V případě odměn očekávají tyto dvě skupiny ocenění nefinanční, jako jsou různé profesní školení či pracovní volno apod., zatímco Generace Y preferuje standardní finanční ocenění.

Velice zajímavý pohled je na porovnání Generací Y a Z z pohledu přístupu k finančním prostředkům. Generace X se snažila nezadlužovat, držet si dobré pracovní místo, vyvarovat se konfliktů s okolím a zároveň se jednoznačně rozhodnout mezi rodinou či kariérou. Peníze tak pro tuto generaci představovali hodnotu. Na druhou stranu Generace Y považuje peníze hlavně za prostředek, pro který se neváhá výrazně zadlužit. S tímto také očekávají, že musí být za svou práci výrazně ohodnoceni, což s sebou přináší častější změnu zaměstnavatele, a tím i možnost kariérního růstu a zajímavější práce. Přestože otázku rodiny odkládají na pozdější dobu, nehodlají obětovat své partnerské vztahy. Práci se však snaží maximálně skloubit s rodinným životem, což vede k požadavkům na alternativní pracovní poměry a částečné úvazky (www Deloitte, 2010)

2.7.2 Motivační prvky generace Y

Jak již bylo zmíněno, Generace Y se vyznačuje výrazným využíváním moderních technologií (notebook, mp3 přehrávač, GPS navigace apod.). Zjednodušeně se dá říct, že tato generace se projevuje životem on-line, kde na internetové síti sdílí se svými vrstevníky svůj život. Internet (jako hlavní informační zdroj a zábavné médium) a využití moderních způsobů komunikace (jako je mobilní telefon, ICQ, Skype, facebook apod.) je pro Generaci Y normální věcí a tyto vymoženosti současné doby výrazně očekávají také při své práci.

Podíváme-li se na průzkum, který zahrnoval rozhovory s více než 4200 absolventy vysokých škol (www PWC, 2010), dojdeme k následujícím poznatkům:

- Většina dotazovaných uvedla, že chtějí za život změnit zaměstnavatele dva až pětkrát, což vede k závěru, že se spíše chtějí posunovat na různé pozice v rámci firmy a pokud budou mít různorodou práci s možností získávat nové zkušenosti, necítí potřebu měnit zaměstnavatele.

- Velice rádi by zkombinovali možnost pracovat z domova i na pracovišti, a to s využitím flexibilní pracovní doby.
- Velkou roli pro ně hraje značka společnosti, její postavení na trhu a jakou nabízí možnost kariérního rozvoje.

Součástí studie bylo i vyhodnocení priorit nabízených benefitů viz tabulka č. 2. 1.

Tab. 2. 1 Kterých z benefitů na příštích pět let si nejvíce ceníte?

	První volba	Druhá volba	Třetí volba
Všichni respondenti	Školení a rozvoj 53%	Finanční bonusy 41%	Pružná pracovní doba 41%
Australasie a Pacifická oblast	Školení a rozvoj 58%	Pružná pracovní doba 45%	Finanční bonusy 42%
Střední a východní Evropa	Školení a rozvoj 61%	Finanční bonusy 40%	Pružná pracovní doba 36%
Západní Evropa	Školení a rozvoj 57%	Pružná pracovní doba 38%	Finanční bonusy 36%
Severní Amerika a Karibská oblast	Pružná pracovní doba 53%	Finanční bonusy 43%	Soukromá zdravotní péče zdarma 38%
Jižní a Střední Amerika	Školení a rozvoj 73%	Finanční bonusy 45%	Pružná pracovní doba 41%

Zdroj: www.PricewaterhouseCoopers, 2010

Shrneme-li předchozí poznatky, lze konstatovat, že Generace Y vnímá jako klíčové motivační prvky:

- Možnost plně kontrolovat svůj profesní rozvoj a vlastní práci.
- Koučování a vzdělání. Příležitost spolupracovat s dobrým mentorem (nebo vlastním velice zkušeným senior zaměstnancem) hraje klíčovou roli.
- Flexibilita v práci.
- Preference pružní pracovní doby nad fixní.

2.8 Sociologický výzkum, sociologický průzkum

Sociologický výzkum je proces, který slouží k organizovanému získávání dat pomocí specifických technik. Cílem je vyšetřit, analyzovat a vysvětlit určitý společenský jev v dané populaci. Sociologický výzkum je využíván ke zjišťování názorů, postojů, potřeb a hodnotové orientace obyvatelstva. V souvislosti se specifiky sociálních jevů je třeba si uvědomit, že řada z nich je bezprostředně nepostižitelná a nevyjádřitelná (můžeme jen tušit), z tohoto důvodu je nutné při práci s nimi používat intuici.

Sociologický průzkum představuje konkrétní dílčí zkoumání, které využívá postupů sociologického výzkumu. Jeho cílem je získat popis sledovaného společenského jevu a odpovědět na otázky typu „Co? Kdo? Proč? Kdy? Kde? Jak?“ a také „Kolik?“ bude průzkum stát (Metody a techniky průzkumu, 2009).

2.8.1 Fáze výzkumného procesu

Fáze přípravná

V této fázi výzkumného procesu je třeba se zaměřit na důkladnou přípravu celého výzkumu, neboť podcenění této přípravy v jednotlivých krocích by nevyhnutelně vedlo ke snížení kvality výsledků výzkumu. Úkolem přípravné fáze je ujasnění si předmětu výzkumu, položit si otázku „Co přesně se chceme dozvědět?“, blíže se seznámit s problematikou, tzn. nastudovat odbornou literaturu a čerpat informace z moderních informačních zdrojů, a nakonec jasně definovat cíl.

V závěru této fáze je vytvořen projekt výzkumu, který by měl obsahovat následující části (Metody a techniky průzkumu, 2009):

- Cíl výzkumu
- Analýza zkoumaného jevu
- Stanovení výběrového souboru, stanovení místa realizace
- Metodiku výzkumu a navržení techniky sběru dat
- Plán realizace výzkumu, časový plán
- Zajištění organizace výzkumu
- Finanční rozpočet

Fáze realizační

Předmětem realizační fáze výzkumu je samotný sběr dat (empirického materiálu), který probíhá dle předem připraveného plánu s pomocí předem vybraných technik, jež umožňují získat potřebná data od respondentů. Tato data mohou být primární nebo sekundární. Účast respondentů musí být dobrovolná. V této fázi je kladen důraz na technicko-organizační zabezpečení výzkumu. Důležitou roli zde zastávají činnosti jako získávání dat, neboli respondentů, a jejich zaznamenávání (Metody a techniky průzkumu, 2009).

Fáze vyhodnocovací

V poslední fázi výzkumného procesu dochází ke zpracování získaných dat, k jejich vyhodnocení a k následné interpretaci. Pro práci s daty je v dnešní době využívána především výpočetní technika. V současnosti existuje celá řada dostupných programů, které lze pro práci se vstupními údaji využít tak, aby bylo možno výsledky dále analyzovat a vyhodnocovat. Z hlediska zpracovávání dat rozlišujeme:

- **Třídění dat I. stupně** – výsledky jsou uváděny jako absolutní či relativní četnosti pro každou otázku jednotlivě.
- **Třídění dat II. stupně** – výsledky jsou vyhodnocovány v souvislostech, zjišťujeme např. jak na určitou otázku odpověděli muži a jak ženy.

Závěrečná zpráva by měla obsahovat následující informace :

- přesné znění otázek, které byly respondentům položeny
- vyhodnocení odpovědí (dle třídění I. stupně, popř. II. stupně)
- výběr a velikost zkoumaného vzorku
- techniky sběru dat
- časový a místní údaj
- financování výzkumu
- návrhy a doporučení na zlepšení situace či vyřešení problému

Vypracováním závěrečné zprávy je vyhodnocovací fáze a rovněž i celý výzkumný proces u konce.

2.9 Metody sociologického výzkumu

Metody sociologického výzkumu jsou na základě charakteru poznávací činnosti rozděleny do čtyř kategorií, které odpovídají zdrojům informací. Jedná se o:

- **Dotazování** – založena na výpovědi respondentů (oslovených lidí).
- **Pozorování** – sleduje reakce a chování jednotlivců v nejrůznějších situacích.
- **Experiment** – v rámci zkoumané skutečnosti se výzkumník snaží různými způsoby zasahovat do vzniklé situace a ovlivňovat ji, následně pak zkoumá reakce jednotlivých účastníků tohoto experimentu a zaznamenává je.

- **Analýza věcných skutečností** – probíhá vyhodnocování skutečností, které vznikly jako výsledek určitého úkolu, ale také se jedná o ty, k jejichž vzniku došlo zcela spontánně (Surynek, Komárková, Kašparová, 2001).

2.9.1 Techniky dotazování

Seznam druhů technik, které se používají při dotazování (Surynek, Komárková, Kašparová; 2001):

- Individuální osobní rozhovor
- Dotazování na ulici (rozhovor)
- Skupinový rozhovor
- Telefonické dotazování
- Písemné dotazování (dotazník v tištěné podobě)
- Elektronické dotazování (dotazník v elektronické podobě)

2.9.2 Dotazník

Dotazník je jednou z nejvíce a nejčastěji používaných technik dotazování a je využíván ke získávání informací o motivech, postojích, hodnotách, názorech a jiných skutečnostech. Tyto informace mohou být získávány jak písemnou formou, tak v poslední době stále rozšířenější elektronickou formou, která využívá moderní způsoby komunikace a sdílení informací.

Dotazník obsahuje soubor otázek a respondent má za úkol na tyto otázky odpovědět, přičemž vybírá z nabízených možností, nebo wpisuje odpovědi vlastní.

2.9.3 Konstrukce dotazníku

Úvod – největší pozornost při tvorbě dotazníku by měla být věnována úvodnímu slovu, neboť správně formulovaný úvod dokáže u respondenta vyvolat ochotu ke spolupráci a motivovat jej ke kvalitnímu vyplnění dotazníku.

Obsahem úvodu by mělo být oslovení respondenta s žádostí o vyplnění dotazníku, vysvětlení účelu výzkumu, informace o tom, kde se respondenti mohou dozvědět konečné výsledky, důraz na anonymitu a návod k vyplňování. Úvod by měl být zakončen poděkováním a uvedením firmy či osoby, která výzkum provádí.

Rozsah – schopnost respondenta udržet pozornost při vyplňování odpovědí závisí především na potřebném čase, během kterého by měl být respondent schopen dotazník vyplnit, ale také na počtu a složitosti jednotlivých otázek. Celkový čas by neměl překročit hranici 45 minut, jelikož pak dochází ke ztrátě koncentrace respondenta, která vede ke snaze odpovědět co nejrychleji, bez rozmýšlení. Takovéto odpovědi pak nelze považovat za směrodatné.

Řazení otázek – dotazník by měl být uspořádán tak, aby na začátku respondent odpovídal na zajímavé otázky, které by pomohly ještě více upoutat jeho pozornost a jednodušší otázky, které nemají osobní charakter, a to z čistě psychologického důvodu, abychom respondenta neodradili.

Do střední části dotazníku pak řadíme obtížnější otázky, které jsou stěžejní a vyžadují plnou pozornost respondenta.

V závěru by měly být řazeny otázky týkající se identifikačních údajů respondenta, po kterých by bezprostředně mělo následovat poděkování za vyplnění celého dotazníku, aby respondent odcházel s příjemnými pocity vlastní užitečnosti (Pavlica, 2000).

Grafická úprava – je rovněž velmi důležité zabývat se celkovou grafickou úpravou dotazníku tak, aby respondent vnímal dotazník jako přehledný, dokázal se v něm orientovat. Měly by být samozřejmostí různé typy písma pro rozlišení mezi otázkou a odpovědí (příp. instrukcí) a také myslet na to, aby měl respondent dostatek místa pro své odpovědi.

2.9.4 Formulace otázek

Dotazník je z hlediska kontaktu mezi výzkumníkem a respondentem zcela neosobní, a proto je nutné věnovat velkou pozornost správné formulaci otázek, aby se předešlo nejasnostem či případnému nepochopení položené otázky.

Hlavní zásady při formulaci otázek:

- **Srozumitelnost** – uvědomit si cílovou skupinu respondentů, jejich věk, vzdělání či socioekonomickou úroveň a přizpůsobit tomu způsob vyjadřování.
- **Jednoznačnost** – otázky musejí být jasné, formulujeme výstižné a jednoduché věty, vyhýbáme se dvojitému záporům či dvojsmyslům.

- **Návaznost na cíl průzkumu** – ptát se pouze na to, co skutečně potřebujeme zjistit, neptat se „jen tak, ze zvědavosti“.
- **Nepoužívat sugestivní otázky** – zabránit formulaci, která by takřikajíc naváděla k určité odpovědi.
- **Pozor na osobní či intimnější otázky** – je třeba důkladně zvážit, zda jsou tyto otázky nezbytné. Pokud ano, použijeme spíše otázky nepřímé (projektivní).
- **Vyhnout se otázkám, ze kterých vyplývá „sociální žádoucnost“** – hrozí zde riziko, že by respondent označil odpovědi podle toho, co považuje za správné či žádoucí, než podle skutečnosti.
- **Nepoužívat ironii, nezlehčovat, nevtipkovat**
- **Přímá vs. nepřímá otázka** - zvolit způsob, jakým se budeme ptát. Přímá otázka míří přímo na respondenta, v případě nepřímé otázky je použita obecná formulace pro třetí osobu (Pavlica, 2000).

2.9.5 Základní druhy otázek

Uzavřené otázky – nabízí dvě nebo více přesně naformulované alternativy odpovědí a respondent vybírá pouze z těchto nabízených možností, bez možnosti vlastní interpretace. Výhodou tohoto typu otázek je větší jednotnost odpovědí, snadnější zpracovatelnost, a tím také vyšší spolehlivost.

Mezi uzavřené otázky patří :

- **Identifikační otázky** – týkají se věku, pohlaví, vzdělání atd.
- **Dichotomické otázky** (alternativní) – nabízí pouze dvě možnosti, alternativy, např. Ano / Ne.
- **Postojové otázky** – měří spokojenost, míru souhlasu s určitým tvrzením, důležitost, význam či frekvenci. Nabízí přiměřeně podrobnou škálu odpovědí od jednoho pólu k pólu opačnému (Metody a techniky průzkumu, 2009).
Např.: Rozhodně ano / Spíše ano / Spíše ne / Rozhodně ne

Otevřené otázky – nemají naformulovány žádné odpovědi, je ponecháno zcela na uvážení respondenta, jak se k dané otázce bude chtít vyjádřit. Uvádí se pouze instrukce, aby respondent odpověď vypsál.

Polootevřené otázky – jsou kombinací uzavřené otázky, tzn., že respondentovi jsou nabídnuty možné odpovědi, ale zároveň, stejně jako u otevřené otázky, má respondent příležitost uvést jinou možnost, kterou vlastními slovy vypíše (Pavlica, 2000).

2.9.6 Výhody a nevýhody dotazníku

Výhody dotazníku:

- Možnost účasti velkého množství respondentů v relativně krátkém čase.
- Získaná data jsou jednotnější a lze je plně kvantifikovat a kvalitně statisticky zpracovat.
- Náklady na dotazník jsou v porovnání s kvalitativními metodami či rozhovorem menší.
- Šetření je anonymní, což respondenta vede k větší otevřenosti.
- Pro provádění průzkumu technikou dotazníku postačí podstatně méně vyškolených pracovníků, než např. pro techniku rozhovoru.
- Míra subjektivity výzkumných pracovníků se snižuje.

Nevýhody dotazníku:

- Nízká návratnost dotazníků v případě, že tazatel není při vyplňování přítomen.
- Možnost výskytu chyb v důsledku neporozumění nebo nepochopení otázky.
- Mohou zůstat nevyplněné otázky.
- Nesprávně vyplněný dotazník se nedá opravit, nelze klást doplňující otázky.
- V případě vyšších nároků na respondenta a jeho ochotu spolupracovat, může dojít ke snížení kvality vyplňování (Metody a techniky průzkumu, 2009).

3 CHARAKTERISTIKA PODNIKU OKD, Doprava, a.s.

3.1 Historie společnosti

Historie společnosti OKD, Doprava, a.s. se datuje se od roku 1952, kdy vzniká OKR-Doprava, národní podnik, specializující se na řízení povrchové dopravy v ostravsko-karvinském černouhelném revíru, provozující Báňskou dráhu a silniční vozidla. Během prvního roku své činnosti bylo v podniku zaměstnáno 308 lidí.

V roce 1954 došlo k rozšíření činnosti o Údržbu a opravy železničních tratí. V roce 1961 začala společnost podnikat s odpady. Od roku 1967 do roku 1972 byly rozšiřovány aktivity týkající se provozování železničních vlečků a v roce 1977 byl zahájen proces začleňování vlečků do OKD, Dopravy, který byl dokončen roku 1979.

Za významný je považován rok 1980, kdy došlo ke vstupu na veřejnou drážní síť a k převedení přeprav hlušiny a odpadů z dopravy silniční na dopravu železniční. V tomto roce 1980 vzrostl počet zaměstnanců na 1887 osob.

K 1.1. 1994 vznikla zápisem do obchodního rejstříku akciová společnost OKD, Doprava, se sídlem v Ostravě, ČR, která navazuje na tradice OKR-Doprava. Hlavními předměty jejího podnikání jsou Provozování drah a Provozování drážní dopravy dle zák. č. 266/1994 Sb., Silniční motorová doprava nákladní, Podnikání v oblasti s nebezpečnými odpady, Úprava a zušlechťování nerostů prováděné v souvislosti s jejich dobýváním.

Počínaje rokem 1996 vznikla nová provozní centra, která poskytovala služby v železniční, silniční i kombinované dopravě a také v dalších obslužných činnostech a logistice. Od roku 1997 se začala intenzivně rozvíjet kombinovaná doprava, jenž využívala kontejnerový systém ACTS.

Rok 2000 znamenal začátek intenzivního rozvoje asanační a rekultivační činnosti a prací při výstavbě dálnic a železničních koridorů. V roce 2003 vzniká dceřiná společnost ŽDD, a.s. se sídlem v Bratislavě.

V roce 2007 se OKD, Doprava, a.s. začlenila do skupiny New World Resources Transportation B. V., která patří do uskupení RPG Industries. V rámci činnosti ve skupině NWRT zahájila OKDD program akvizic společností z logistického odvětví.

V rámci restrukturalizace skupiny NWRT a z důvodu posílení tržní pozice společnosti, bylo v roce 2008 navrženo sloučení zanikající společnosti **Viamont Cargo, a.s.** se společností OKDD. Veškeré jmění Viamont Cargo, a.s. přešlo na společnost OKD, Doprava, a.s.

Ještě téhož roku společnost OKDD převzala kontrolu nad železničním překládkovým terminálem **Belterminal** v běloruském Brestu, a ten se s 90 % podílem stal součástí OKDD.

Dalším členem společnosti OKDD se od dubna roku 2009 stal podnik **Čechofracht** – největší poskytovatel komplexních služeb mezinárodního zasílatelství a logistiky v ČR.

Stejně jako Čechofracht, rovněž podnik **OKD Rekultivace**, zabývající se odstraňováním negativních vlivů průmyslové činnosti na životní prostředí, se v roce 2009 přidal ke společnosti OKDD.

3.2 Profil společnosti

Jak již bylo uvedeno, společnost OKDD je i s několika dalšími podniky činná ve skupině New World Resources Transportation B.V., která je předním poskytovatelem kombinované dopravy a logistiky ve střední a východní Evropě.

Poskytuje služby v těchto oblastech: železniční doprava, mezinárodní silniční doprava, kombinovaná doprava po železnici a silnici, zemní práce, kontejnerový terminál, opravy železničních vozů a traťové služby.

Společnost se opírá o své dlouholeté zkušenosti dopravce v odvětvích železniční, silniční a kombinované dopravy a poskytovatele navazujících manipulačních služeb. Vlastní přepravní systémy a terminály budované ve strategicky významných lokalitách mají společnosti zajistit rozvoj v kombinované dopravě.

Společnost usiluje především o přechod od tradiční pozice dopravce do pozice logistického operátora. Zaměřuje se také na růst podílu v železniční dopravě, a to nejen v ČR, ale také v zemích střední a východní Evropy. Investuje do parku železničních vozů a do trakčních vozidel. Dle interních údajů společnosti počet zaměstnanců v OKDD k letošnímu roku čítá cca 2500 osob.

Hospodaření společnosti je dáno účetním obdobím, které je definováno jako nepřetržitě po sobě jdoucích dvanáct měsíců, nevyplyvá-li ze zákona o účetnictví něco jiného. (OKDD str. 18 – Stanovy akciové společnosti OKDD)

Základní kapitál společnosti se vykazuje ve výši zapsané v obchodním rejstříku u Krajského soudu. Případné zvýšení nebo snížení základního kapitálu na základě rozhodnutí valné hromady, které nebylo k rozvahovému dni zaregistrováno, se vykazuje jako změna základního kapitálu.

Tabulka č. 3.1 zachycuje změny stavu základního kapitálu za uplynulé tři účetní roky.

Tab. č. 3. 1 Účetní závěrky OKDD

OKDD účetní závěrky ZK (v tis.Kč)	2006	2007	2008
Zůstatek k 31. 12. 2008			2 674 645
Zůstatek k 1. 1. 2008			2 587 398
Zůstatek k 31. 12. 2007		2 587 398	
Zůstatek k 1. 1. 2007		2 500 516	
Zůstatek k 31. 12. 2006	2 500 516		
Zůstatek k 1. 1. 2006	1 926 257		

Zdroj:

Hodnoty v tabulce vykazují stav základního kapitálu v letech 2006 – 2008. V roce 2006 vykazovala společnost rapidní nárůst vlastního kapitálu, v letech 2007 a 2008 byla změna stavu základního kapitálu již poněkud nižší, ovšem stále ještě probíhala v kladných hodnotách. Statistické údaje pro rok 2009 nejsou zatím zpracovány, ovšem je více než možné, že se v tomto roce po analýze dat projeví celosvětová ekonomická a hospodářská recese.

3.3 Organizační struktura společnosti

OKD Doprava se skládá z valné hromady, představenstva, dozorčí rady.

Valná hromada je nejvyšším orgánem společnosti a každé její jednání má průběh dle stanov zákona.

Představenstvo je statutárním orgánem společnosti, který řídí její činnost a jedná jejím jménem. Výkon funkce člena představenstva je nezastupitelný a každý člen představenstva má jeden hlas.

Dozorčí rada je kontrolním orgánem společnosti, který dohlíží na výkon působnosti představenstva a uskutečňování podnikatelské činnosti společnosti.

V čele představenstva společnosti OKDD stojí k dnešnímu dni několik výkonných ředitelů.

Předsedou představenstva je od roku 2007 Attila István Boros, který je zároveň také generálním ředitelem OKDD. Jeho profesní minulost je spjata s obdobným pozicemi v několika mezinárodních společnostech.

Schéma organizační struktury OKDD je k nahlédnutí v příloze č. 1.

3.4 Personální úsek

Personální úsek má na starosti poskytování personálních služeb interním zákazníkům v souladu s přijatou strategií a politikou řízení lidských zdrojů ve skupině s cílem dosažení efektivního řízení lidských zdrojů a zajištění kvalitního zázemí v personální oblasti pro manažery všech společností skupiny. Schéma organizační struktury Personálního úseku je uvedeno v příloze č. 2.

Odpovědnost za přímé řízení a výkon činností

Personální služby, řízení podřízených útvarů, realizace mezd a odměňování, koordinace odměňování a benefitů dle KS, provádění pracovněprávní agendy, spisová dokumentace zaměstnanců, nábor a výběr zaměstnanců, vzdělávání a rozvoj zaměstnanců, systematizace pracovních míst a vedení zaměstnanců vč. personálních procesů.

Odpovědnost za metodické řízení

Poradenství a předávání know-how v pracovně-právní oblasti, organizačním řízení, personálních procesech internímu zákazníkovi dle strategie Skupiny.

Vyhrazené kompetence

Uzavírání pracovněprávních dokumentů se stávajícími či budoucími zaměstnanci po úroveň senior managementu skupiny, provádění plateb výdajů na sociální účely podle KS, zastupování společnosti před státními orgány ve věcech zaměstnaneckých (úřady práce, správy sociálního zabezpečení, zdravotní pojišťovny, státní úřad inspekce práce, aj.) a před externími společnostmi, jednání odbory, jednání se zaměstnanci ve věci rozvoje, vzdělávání a kariérového plánování.

4 ANALÝZA

4.1 Stávající systém spolupráce se školami

V této kapitole vycházím z údajů, které mi byly poskytnuty společností OKDD. Fakta týkající se údajů o spolupráci probíhající mezi studenty a podnikem, jsem rozčlenila do následujících bodů:

Způsob vyhledávání kontaktů

- Prostřednictvím inzerátů na pracovních portálech.
- Prostřednictvím nabídky práce na vlastním webovském prostoru v sekci nazvané „Přidejte se k nám“.
- Reference známých a rodinných příslušníků zaměstnanců.
- Vlastní aktivita studentů, formou příchozích nabídek.

Četnost nabídek

- Odvozena dle aktuálních požadavků provozu (řádově v desítkách).
- Odvozena ze zkušenosti vyplývající z předchozí spolupráce.

Délka spolupráce

Výše uvedené body jsou v rámci spolupráce řešeny vždy individuálním přístupem, přičemž některé pozice jsou obsazeny krátkodobě (několik dnů), jiné naopak dlouhodobě (několik měsíců až rok). Vše je odvislé od míry spokojenosti s konkrétní osobou v průběhu spolupráce.

V případě, že student naplňuje očekávání stanovená podnikem, je mu posléze nabídnuta možnost začlenit se do pracovního procesu podniku na HPP.

4.2 Praktická výuka

V rámci praktické výuky je studentům (středních škol a odborných učilišť), po smluvní dohodě mezi školou a podnikem, nabízena možnost absolvovat praktickou ukázkou práce na technickém zařízení, která má studentům pomoci při vytváření vazeb mezi teorií a praxí.

V této chvíli OKDD provádí praktickou výuku pouze ve spolupráci se třemi středními školami, a to:

- SOŠD Ostrava – Vítkovice
- SŠTO Havířov – Šumbark
- SŠT Havířov – Šumbark.

Jedná se o výuku pro obor Mechanik – Opravář, realizovanou na opravných lokomotiv a výuku pro obor Automechanik, Autotronik, Autoelektrikář atd., realizovanou na opravně nákladních vozidel.

4.2.1 Spolupráce při vypracovávání závěrečných prací

Společnost OKDD poskytuje studentům vysokých škol, kteří jsou v posledním ročníku studia, pomoc při vypracovávání závěrečných prací. V tomto případě zadává témata buďto samotná společnost OKDD dle svých parametrů, nebo akceptuje témata, která si studenti zvolí ze seznamu vypsanych témat stanovených jednotlivými školami.

Při výběru tématu společnost preferuje zaměření na oblasti a obory, u nichž je předpoklad, že jejich zkoumání povede k závěrům pro společnost přínosným.

V prostorách VŠB-TUO probíhají také tzv. provozní dny, kterých se studenti mohou účastnit v případě, že projeví zájem o předobhajobu své závěrečné práce. Vše probíhá za účasti komise, která je složena z vyučujících a ze zástupců různých společností, mezi kterými je i OKDD. Pro nadané studenty je to možnost prezentace sama sebe před zástupci společností, které se na tomto projektu podílejí, a naopak, společnost OKDD touto cestou usiluje o navázání kontaktu s talentovanými jedinci.

4.2.2 Exkurze

OKDD každoročně pořádá exkurze určené studentům škol v rámci zlepšování vzájemných vztahů. Tyto exkurze jsou uskutečňovány v jednotlivých provozech společnosti OKDD, konkrétně např. pro SOŠD Ostrava – Vítkovice apod.

4.2.3 Veletrhy pracovních příležitostí

Veletrhy pracovních příležitostí jsou jednou z mnoha možností, jak získat nové potenciální zaměstnance. Společnost OKDD se jich účastní pravidelně, a to buď formou osobní účasti na veletržním stánku, nebo formou inzerce ve veletržním katalogu.

4.2.4 Placené brigády, odborné praxe, stáže

Placené brigády

Dle požadavků jednotlivých provozů nabízí společnost OKDD možnosti placených brigád pro studenty. Důležitým faktorem pro výběr studentů je jejich studium v oborech blízkých náplni činnosti podniku OKDD, kterými jsou např. Provoz a ekonomika v dopravě a jiná podobná dopravní zaměření.

Odborné praxe, stáže

V rámci zajišťování odborných praxí se opět vychází z požadavků jednotlivých provozů. Taktéž výběr studentů probíhá na základě studia oborů blízkých náplni činnosti podniku OKDD.

4.3 Průzkum zaměřený na motivaci studentů VŠ

4.3.1 Použitá metoda, technika

Pro dosažení dostatečné vypovídací hodnoty prováděného průzkumu je zapotřebí získat odpovědi alespoň sta respondentů. Vzhledem k tomu, že se jedná o poměrně velký počet respondentů, rozhodla jsem se použít metodu dotazování formou dotazníkového šetření, tzn. techniku dotazník.

Po nastudování odborné literatury zabývající se touto tematikou jsem sestavila dotazník, který se skládá z dvanácti otázek. Dotazník je koncipován tak, aby otázky vztahující se k motivaci studentů poskytly dostatečné množství informací pro následné objasnění jejich postojů k různým formám spolupráce s podniky. Studenti v něm rovněž mají možnost vyjádřit se k otázkám různých motivačních faktorů, které mohou hrát výraznou roli při výběru jejich prvního zaměstnavatele. Dotazník jsem vytvořila v programu MS Word, a to s použitím nástrojů pro vytvoření formulářů, přičemž jeho přesné znění je uvedeno v příloze č. 3.

Vzhledem k tomu, že návratnost dotazníků ve většině případů ani zdaleka nedosahuje 100%, uvažuji o možnosti rozdávat dotazníky na několik etap. Průzkum ukončím poté, co budu mít k dispozici alespoň sto řádně vyplněných dotazníků, čímž eliminuji riziko nedostatečného množství správně vyplněných dotazníků.

4.3.2 Charakteristika zkoumaného vzorku

Jelikož se jedná o průzkum zaměřený na motivaci studentů vysokých škol, základní charakteristiky zkoumaného vzorku respondentů budou následující:

- studenti vysokých škol, převážně VŠB-TUO
- věk v rozmezí 19 – 25 let
- muži i ženy
- počet oslovených respondentů minimálně 100

4.3.3 Sběr dat – Realizační fáze průzkumu

Jak již bylo popsáno v teoretické části, v dnešní době lze provádět dotazníková šetření jak písemnou, tak elektronickou formou. Využila jsem tedy v rámci svého průzkumu oba tyto způsoby.

Tištěná forma dotazníku byla rozdána studentům v prostorách VŠB-TUO v Ostravě-Porubě a také v prostorách VŠB – fakulty ekonomické.

S žádostí o vyplnění dotazníku jsem průběžně oslovila 110 respondentů, kterým byl vysvětlen záměr průzkumu, a to každému jednotlivě. Tímto si také vysvětluji vysokou návratnost dotazníků, jelikož 101 respondentů dotazník vyplnilo a bez prodlení odevzdalo zpět.

Elektronická forma dotazníku byla vystavena na internetových stránkách www.vyplnto.cz, zabývajících se sociologickými výzkumy.

Po schválení registrace mi bylo umožněno vytvořit dotazník, ve kterém jsem položila studentům otázky totožné s těmi, které byly naformulovány pro tištěnou formu dotazníku. Takto vytvořený dotazník byl volně k dispozici všem návštěvníkům webových stránek uvedených výše. Průzkum trval jeden týden, dotazník byl vyplněn celkem 31x a poté mi bylo provozovatelem webových stránek umožněno stáhnout soubory se získanými daty. S těmi jsem pak dále pracovala.

Celková návratnost, počítána ze součtu tištěných 110 ks a elektronických 31 ks, tedy činí **93,6%**. Z vyplněných 132 ks dotazníků bylo ovšem 15 ks vyplněno s chybami, což představuje celkovou **odpadovost 17%**. Konečný počet správně vyplněných dotazníků dosáhl **117 ks**, což je 83% z původních 141 ks.

4.3.4 Struktura respondentů

Z identifikačních údajů vyplněných respondenty v dotazníku jsem zjistila skladbu respondentů, kteří jsou ze 100% zastoupeni studenty VŠ. Dále popisují:

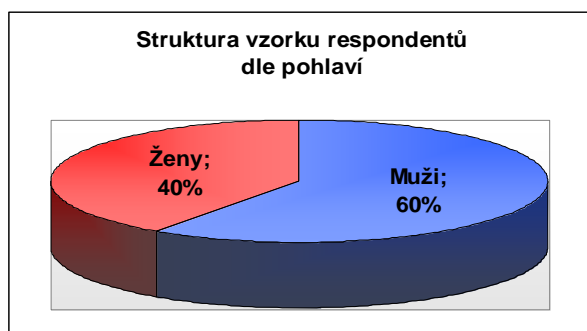
Věk

Dle předpokladu se věk respondentů pohyboval v rozmezí 19 – 25 let, počet objektů průzkumu v tomto rozmezí byl roven 115. Zbývajících 2 respondenti byli ve věku 34 let, usuzuji, že se jednalo o studenty distanční formy studia.

Pohlaví

Z celkového počtu 117 respondentů byli muži zastoupeni celkem 70x a ženy celkem 47x, jak ukazuje graf č. 4.1.

Graf 4. 1 Pohlaví respondentů



Zdroj: vlastní zpracování

Struktura respondentů dle jednotlivých ročníků studia

Z tabulky č. 4.1 můžeme vyčíst, že největší podíl na průzkumu měli studenti pátých ročníků, a to celkem 53, z toho pak 48 studentů uvádí, že by chtěli ukončit své vzdělání dosažením titulu Ing. a 5 studentů má v úmyslu dále pokračovat ve studiu a dosáhnout titulu Ph.D.

Tab. č. 4. 1 Studenti dle jednotlivých ročníků a plánovaného dosažení titulu

1. ročník		2. ročník			3. ročník		4. ročník		5. ročník		6. ročník	7. ročník	8. ročník	Absolvent
Ing.	Ph.d.	bc.	Ing.	Ph.d.	Ing.	Ph.d.	Ing.	Ph.d.	Ing.	Ph.d.	Ph.d.	Ph.d.	Ph.d.	Ing.
2	2	3	12	4	5	7	12	3	48	5	2	0	2	10
celkem		19			12		15		53		2	0	2	10

Zdroj: vlastní zpracování

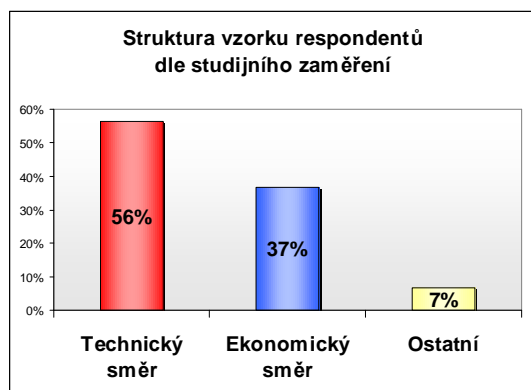
Zaměření studia

Ze 117 respondentů bylo 66 studentů technického zaměření, což představuje 56% z celkového vzorku, 43 studentů bylo zaměření ekonomického, tj. 37% z celkového vzorku a zbylých 8 studentů bylo různých zaměření, od psychologického směru po filozofický směr, což dohromady představuje 7%, jak ukazuje graf č. 4.2.

Z důvodu velice malého počtu respondentů mimo technický a ekonomický směr jsem se rozhodla odpovědi od těchto respondentů z dalšího zpracovávání dat vyloučit a dále třídit data jen podle dvou výše zmíněných významných skupin.

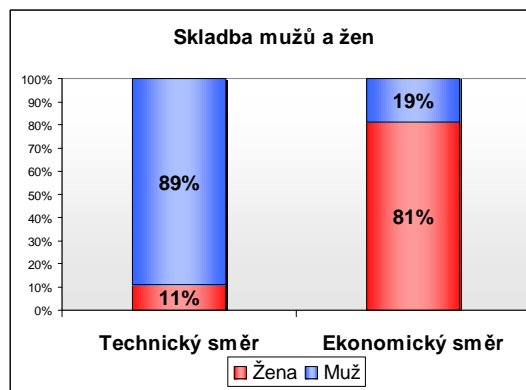
Graf č. 4.3 pak dále ukazuje, že respondenti technického zaměření byli převážně muži, a to z 89%, kdežto ekonomický směr byl z 81% zastoupen ženami.

Graf 4. 2 Respondenti dle zaměření studia



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 4. 3 Pohlaví respondentů dle zaměření studia



Zdroj: vlastní zpracování

4.3.5 Vyhodnocení – Interpretace zjištěných dat

Výsledky jednotlivých otázek jsou interpretovány na základě třídění dat prvního a také druhého stupně, ke kterému jsem využila tabulkového editoru MS Excel. Jak jsem již zmínila, pro vyhodnocení jsem použila odpovědi pouze 109 respondentů ze dvou nejvýznamnějších skupin, navíc tento počet z pochopitelných důvodů (vzhledem k účelu průzkumu) jsem dále ponížila o 2 respondenty technického zaměření, kteří přesahují hranici 30 let. Počet respondentů pro vyhodnocení jednotlivých otázek tedy činí celkem **107 respondentů**.

V rámci využití získaných poznatků pro navržení motivačního programu jsem ke každé otázce, jejíž výsledky vyhodnocuji, přiřadila vždy pouze jeden graf, a to ten, který se mi v tomto ohledu jevil jako nejpodstatnější.

Otázka č. 1: Vyhledáváte pracovní příležitosti během studia?

Z uvedeného počtu 107 respondentů na tuto otázku odpovědělo kladně celkem 100 studentů, což odpovídá 93% objemu vzorku a jen 7% uvedlo, že nemá zájem o práci při studiu, viz. graf č. 4.4.

Touto otázkou jsem tedy zjistila, že společnost OKDD má velkou šanci na úspěch, pokud bude chtít skutečně navázat kontakt se studenty VŠ, neboť naprostá většina z nich pracovní příležitosti během studia sama vyhledává. Třídění dat druhého stupně ukázalo jen nepatrný rozdíl mezi odpověďmi technických a ekonomických směrů. Pro skupinu technicky zaměřených studentů to byla procenta 94% – 6%.

Graf 4. 4 Zájem studentů o práci při studiu



Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 2: V případě, že ano, jde Vám především o:

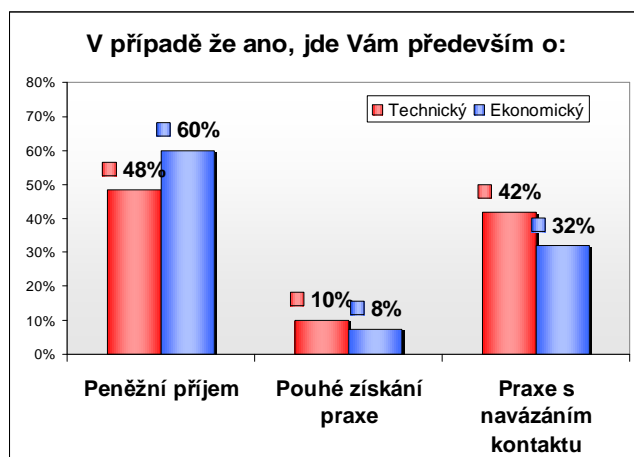
Odpovídali pouze studenti, kteří v první otázce označili možnost *Ano*, tzn. 100. Měli označit pouze jednu ze tří možností. Studenti, kteří v první otázce odpověděli *Ne*, měli instrukci, aby pokračovali otázkou č. 3.

Z odpovědí všech 100 respondentů vyplývá, že důvodem pro vyhledávání pracovních příležitostí je u nadpoloviční většiny *Peněžní příjem*, tuto možnost označilo 53% respondentů. Dalších 38% respondentů uvedlo jako důvod *Získání*

praxe, navázání kontaktu s potenciálním zaměstnavatelem a zbylých 9% označilo variantu Pouhé získání praxe (praktických dovedností).

Z hlediska rozlišení dle studijního zaměření, které vidíme v grafu č. 4.5, studenti ekonomického směru jsou mnohem více orientováni na příjmy plynoucí z vykonávané činnosti než na kontakty z toho plynoucí, kdežto pro studenty technického zaměření jsou oba tyto důvody zhruba na stejné úrovni.

Graf 4. 5 Důvody studentů k vyhledávání pracovních příležitostí



Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 3: Odkud čerpáte informace o nabídkách podniků ke spolupráci se studenty VŠ?

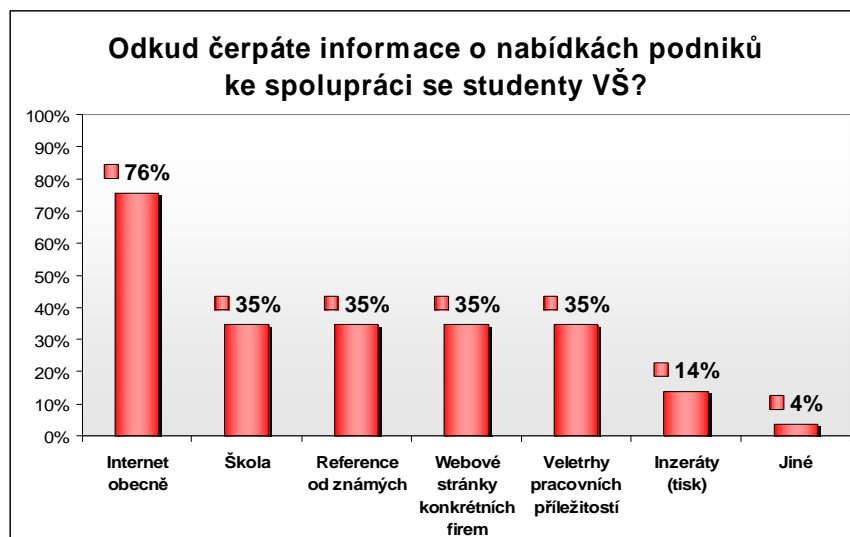
Odpovědi na tuto otázku mi mají pomoci ujasnit si směr, kterým se zaměřit ve svých návrzích a doporučeních určených společnosti OKDD, aby případná nabídka spolupráce ze strany podniku byla směřována k co jak největšímu počtu potenciálních zájemců.

Studenti měli označit všechny možnosti, které využívají ke zjišťování informací, týkajících se nabídek podniků ke spolupráci se studenty.

Z grafu č. 4.6 můžeme vyčíst, že nejvíce je studenty využívána možnost vyhledávání přes internet, kterou označilo 76% z celkového počtu respondentů. Dále pak možnosti vyhledávání příležitostí jako jsou *Škola, Reference od známých, Webové stránky konkrétních firem a Veletrhy pracovních příležitostí* jsou shodně

využívány 35% respondentů. Nejméně využívanou možností byly *Inzeráty (tisk)* a *Jiné*, respondenty označované jako *Osobní kontakt*.

Graf 4. 6 Způsoby vyhledání informací



Zdroj: vlastní zpracování

Třídění dat druhého stupně ukázalo rozdíl pouze v tom, že ekonomicky zaměření studenti využívají *Internet obecně* o 17% více, než technicky zaměření studenti, a to z 86%, a *Veletrhy pracovních příležitostí* využívají o 12% více, což činí 21%.

Otázka č. 4: Které z položek jsou pro Vás zajímavé?

Význam této otázky spočíval v tom, že po zpracování odpovědí respondentů budu schopna zařadit jednotlivé položky do navrhovaného motivačního programu tak, aby tento program odpovídal tomu, co studenty ve skutečnosti nejvíce zajímá.

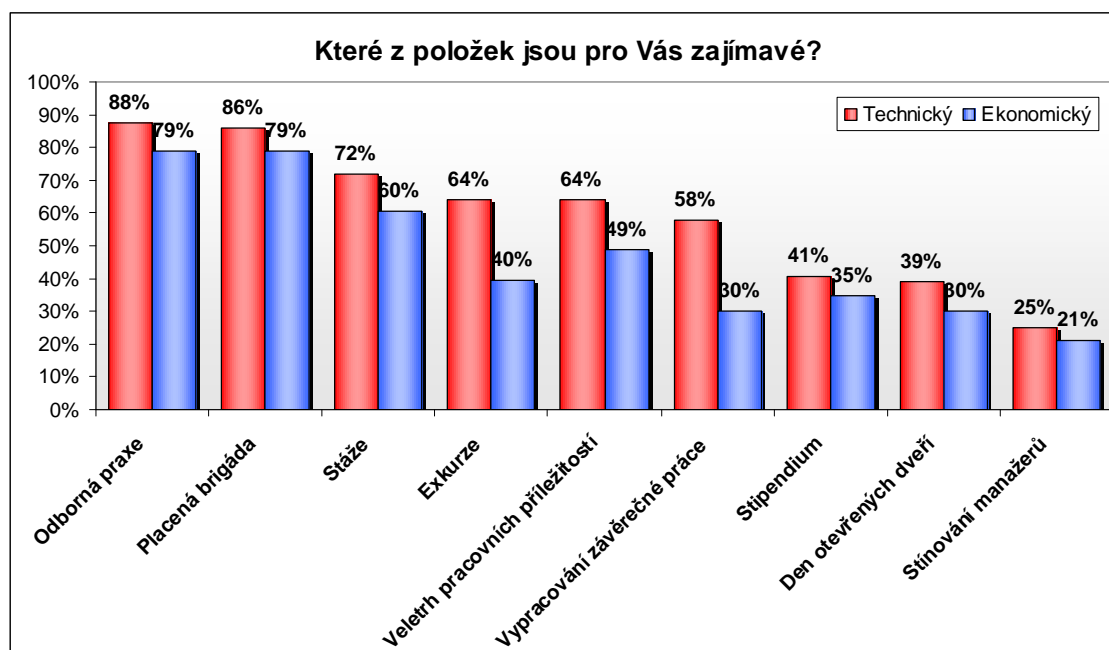
Respondentům byly předloženy jednotlivé položky označené písmeny a) až j), které obecně podniky studentům v rámci spolupráce nabízí, přičemž u každé položky měli respondenti rozhodnout, zda pro ně konkrétní nabídka zajímavá je či není.

Když se podrobněji podíváme na graf č. 4.7 zjistíme, že studenti nejčastěji označili jako zajímavou nabídku *Odborné praxe* a *Placené brigády*, u kterých se procenta z celkového počtu respondentů pohybují okolo 85%. Tento graf pocházející z třídění dat druhého stupně dle zaměření respondentů dále ukazuje,

že *Stáže* (účast na podnik. projektu, školení) se pohybují od 60% uváděných ekonomicky zaměřenými studenty po 72% uváděných technicky zaměřenými studenty. U *Exkurze*, *Veletrhu pracovních příležitostí* a *Možnosti vypracování závěrečné práce* se ale údaje značně rozcházejí.

Zatímco zájem studentů s technickým zaměřením se u těchto položek vyskytuje v 64%, 64% a 58%, zájem studentů s ekonomickým zaměřením je mnohem nižší, a to 40%, 49% a 30%. O *Stipendium* projevilo zájem v průměru 38% studentů z obou skupin, *Den otevřených dveří* označilo v průměru 36% z obou skupin a *Možnost stínování managerů* označilo něco málo přes 20% všech respondentů.

Graf 4. 7 Přehled možností spolupráce



Zdroj: vlastní zpracování

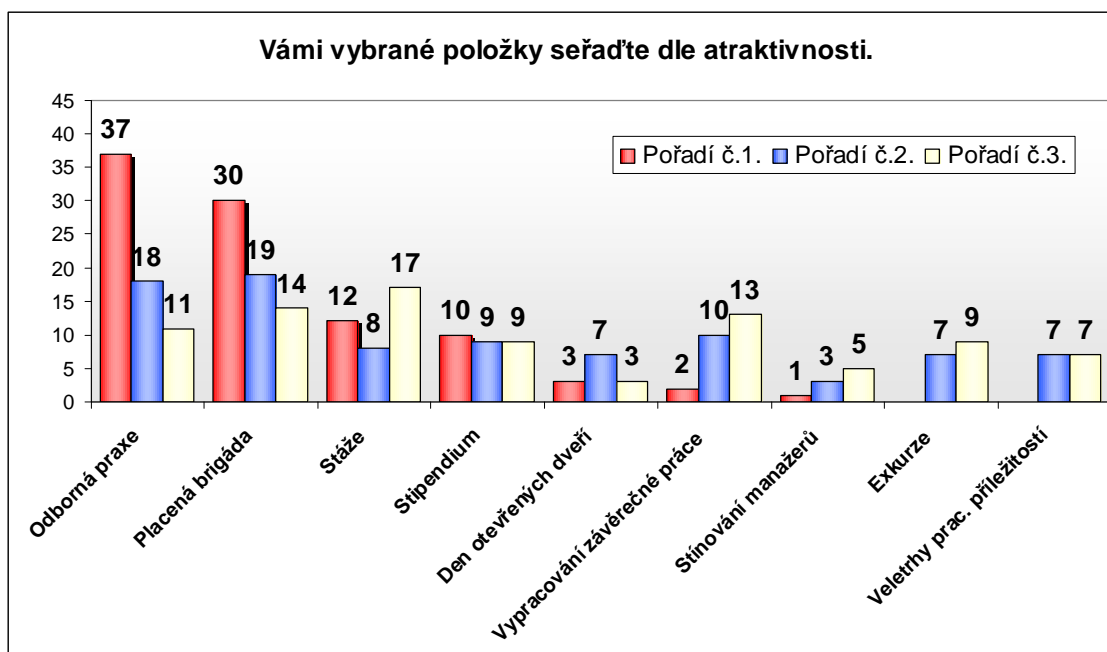
Otázka č. 5: Vámi vybrané položky seřadte dle atraktivnosti.

Mým záměrem bylo zjistit preference mezi jednotlivými položkami, které v předchozí otázce respondenti uvedli jako zajímavé. Pokud tedy respondent v předchozí otázce označil např. možnosti *Odborná praxe*, *Stáže* a *Exkurze*, měl v této otázce u zmíněných položek uvést pořadí, kterou položku by označil

jako nejvíce atraktivní, očíslovat ji jako 1. a obdobným způsobem pokračovat u zbylých dvou položek.

Následující graf č. 4.8 tentokrát není vyjádřen procentuálně, nýbrž v počtech respondentů, kteří u každé z vybraných variant uvedli pořadí atraktivnosti 1, 2 a 3. V grafu je vidět, že nejvíce atraktivními nabídkami se studentům jeví *Odborná praxe*, *Placená brigáda* a *stáže*, kterou v součtu těchto tří pořadí označilo nejvíce studentů. *Stáže* a *Stipendium* v součtu pořadí atraktivnosti zaujímají druhé místo a za zmínku také stojí nabídka *Vypracování závěrečné práce*, které se dostalo mezi první tři pořadí díky označení 25 studentů. Poslední tři položky se v žebříčku atraktivnosti objevily pouze okrajově.

Graf 4. 8 Pořadí atraktivnosti uvedených položek



Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 6: Které z uvedených nabídek jste Vy osobně využil/a?

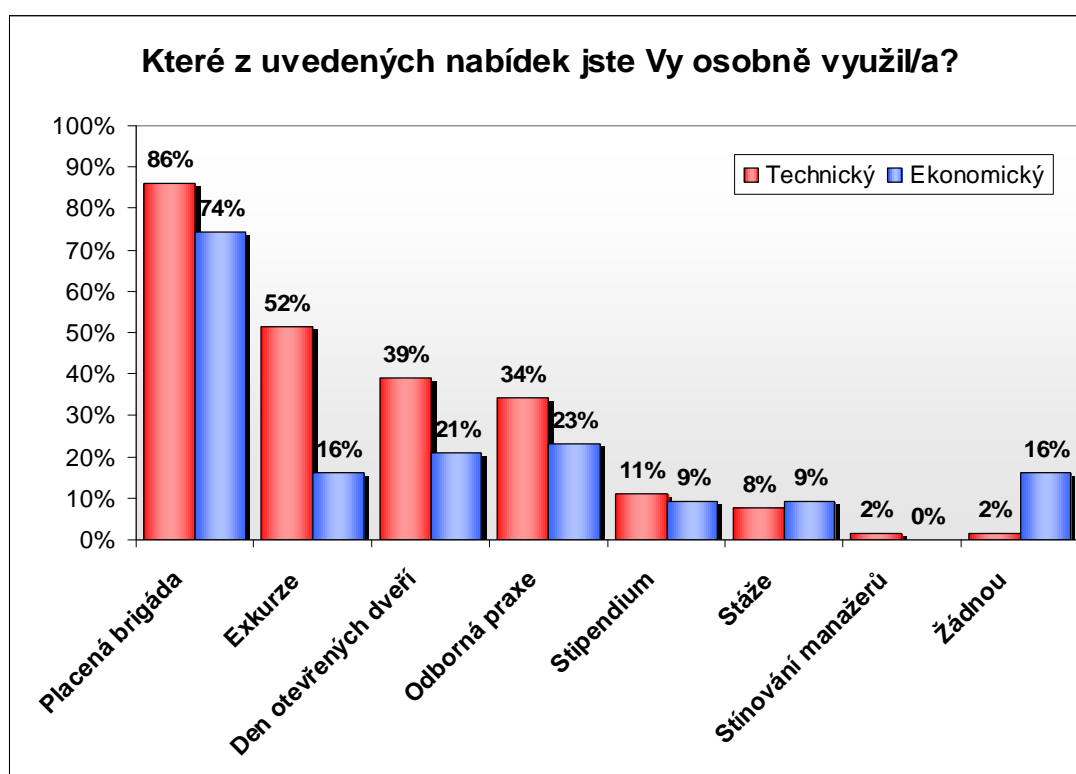
Položila jsem studentům tuto kontrolní otázku abych zjistila, zda svůj zájem o uváděné položky převedli také do reality. Dostali na výběr z možností uváděných v předchozích dvou otázkách, pouze *Vypracování závěrečné práce* a *Veletrhy pracovních příležitostí* jsem ze seznamu vyloučila, a to z toho důvodu, že tyto dvě

položky nemám v úmyslu zařadit do svého návrhu na zlepšení, neboť mám za to, že spolupráce v této oblasti u společnosti OKDD je ošetřena dostatečně.

Studenti opět měli označit veškeré možnosti, které využili. Jejich odpovědi můžeme vidět v grafu č. 4.9. Když porovnáím odpovědi s předešlými dvěmi, musím konstatovat, že se studenti poněkud rozcházejí v názorech na to, co by chtěli, a co skutečně realizují, což se dá přičíst faktu, že 30% respondentů studuje v 1. až 3. ročníku a je u nich předpoklad, že své záměry dosud pouze nestihli uskutečnit.

Nicméně se mi podařilo zjistit údaje, ze kterých je vidět snaha studentů o spolupráci s podniky, kterou dokazují čísla uváděná v grafu č. 4.9.

Graf 4. 9 Využité nabídky spolupráce



Zdroj: vlastní zpracování

V průměru 81% studentů v minulosti vyhledalo *Placenou brigádu* a v průměru 37% studentů se zúčastnilo *Exkurze*, i když co se týče *exkurze*, je zde velký rozdíl mezi počty studentů technického a ekonomického směru, což přičítám větší odbornosti technických oborů, tudíž silnější potřebě studentů „vidět vše v reálu“.

Dny otevřených dveří navštívilo v průměru 32% studentů a *Odbornou praxí* absolvovalo při studiu v průměru 30% studentů. Ostatní čísla se pohybují v průměrném rozmezí 10% až 1%.

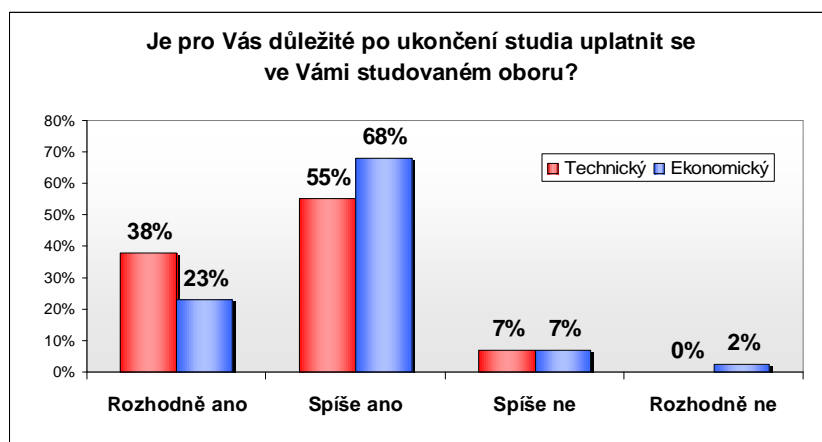
V další části dotazníku jsem sestavila čtyři postojové otázky, které mi mají pomoci získat informace o představách studentů, týkajících se jejich budoucnosti. Zde jsou.

Otázka č. 7: Je pro Vás důležité po ukončení studia uplatnit se ve Vámi studovaném oboru?

Z celkového počtu studentů odpověděla převážná většina *Spíše ano* a dalších zhruba 30% trvalo na tom, že *Rozhodně ano*. Pokud se ale blíže podíváme na data získaná tříděním druhého stupně, můžeme vidět odlišný postoj studentů technického a ekonomického zaměření. Zatímco ekonomicky zaměřeni studenti trvají na zaměstnání odpovídající jejich vzdělání z 23%, a z 68% zaujímají kladné, ale nevyhraněné stanovisko v této oblasti, tak studenti technického zaměření trvají na svém uplatnění v rámci dosaženého vzdělání ve svém oboru bezmála 40%, a 55% z nich se přiklání k variantě *Spíše ano*.

Celkově se ale dá říct, že obě skupiny by preferovali zaměstnání, ke kterému budou mít v rámci příprav na vysoké škole náležité předpoklady.

Graf 4. 10 Uplatnění v oboru



Zdroj: vlastní zpracování

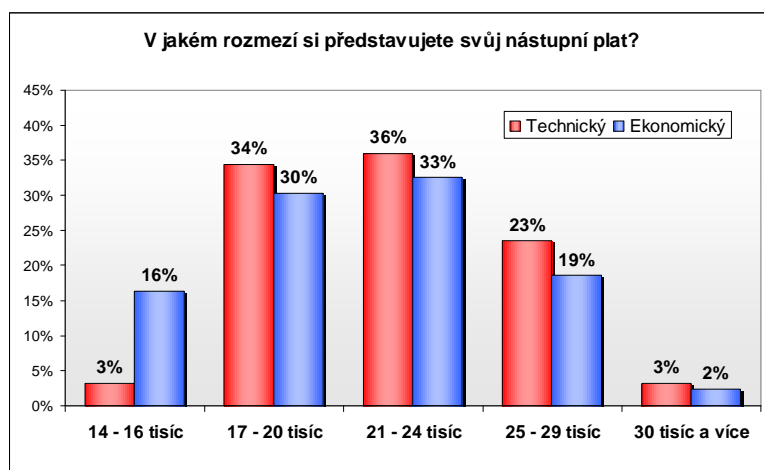
Otázka č. 8: V jakém rozmezí si představujete svůj nástupní plat?

Studenti měli na výběr ze široké škály možností v rozpětí od 14 tisíc do 30 tisíc a více, přičemž měli u této otázky uvedenou dodatečnou informaci, že se jedná o hrubý, nikoliv čistý příjem.

Tříděním dat prvního stupně jsem získala tyto hodnoty, psáno od nejnižšího rozmezí po nejvyšší: 8%, 33%, 35%, 21%, 3%.

Abych získala více informací pro užití ve svém motivačním programu, opět jsem využila třídění dat druhého stupně a došla jsem k výsledkům, které odpovídají hodnotám uvedeným v grafu č. 4.11. Data z grafu poukazují na skutečnost, že studenti ekonomického zaměření mají celkově menší nároky na platové hodnocení, než studenti technického zaměření.

Graf 4. 11 Požadavky nástupního platu



Zdroj: vlastní zpracování

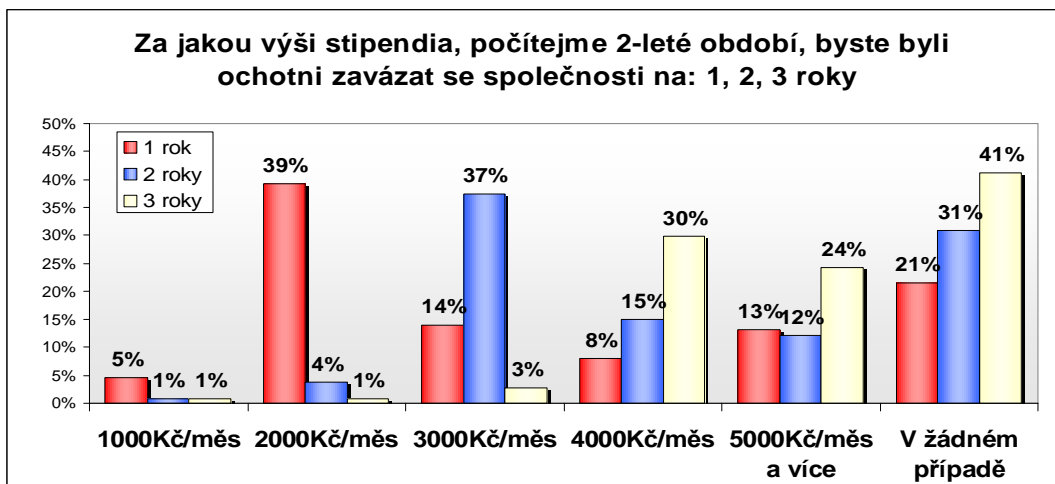
Zde je nutno zdůraznit, že na tomto výsledku se mohla projevit i skutečnost, že respondenti technického zaměření jsou z 90% zastoupeni muži, a respondenti ekonomického zaměření jsou z 81% zastoupeni ženami, přičemž dle mnoha průzkumů jsou platová očekávání žen na mnohem nižší úrovni než u mužů.

Otázka č. 9: Za jakou výši stipendia, počítejme 2-leté období, byste byli ochotni zavázat se společnosti na: 1, 2, 3 roky?

Abych ve svém motivačním programu mohla navrhnout varianty, týkající se nabídky stipendií, potřebovala jsem zjistit částku, která by studentům v souvislosti s možností získání stipendia připadala motivační. Otázka byla koncipována s ohledem na několik variant, které jsou odvislé od délky závazku studenta ke společnosti.

Z odpovědí studentů zaznamenaných do grafu č. 4.12 vyplývá, že podmínkou pro sepsání smlouvy jednotlivých studentů jsou následující stipendijní dotace pobírané v délce dvou let: za 2.000,-Kč *na 1 rok*, za 3.000,-Kč *na 2 roky*, za 4.000,-Kč a 5.000,-Kč *na 3 roky*. Přičemž pro všechny tři varianty narůstá s počtem let také procento odpovědí které uvádí, že žádná částka není pro ně dostatečným stimulem.

Graf 4. 12 Požadovaná výše stipendia

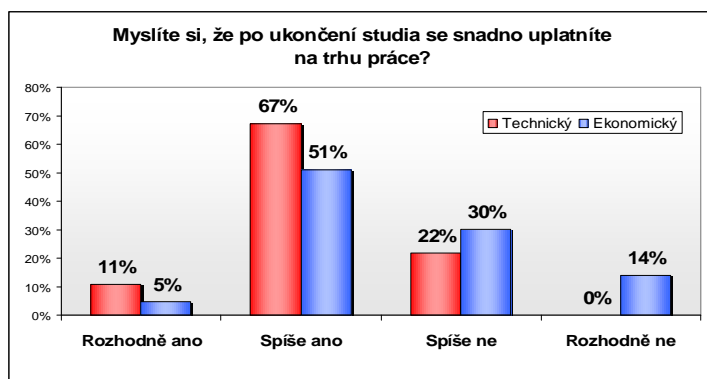


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 10: Myslíte si, že po ukončení studia se snadno uplatníte na trhu práce?

Z výše uvedených skutečností vyplývá jednoznačně fakt, že studenti technických oborů si věří více než studenti ekonomických oborů, kteří mají obavy ze svého pracovního uplatnění. To potvrzují také informace získané z předešlých grafů. Skutečnost, že v současnosti výrazně stoupá poptávka po absolventech technických oborů, zatímco trh práce registruje jisté nasycení absolventy ekonomických oborů vysvětluje čísla uváděná v grafu č. 4.13.

Graf 4. 13 Uplatnění absolventů na trhu práce



Zdroj: vlastní zpracování

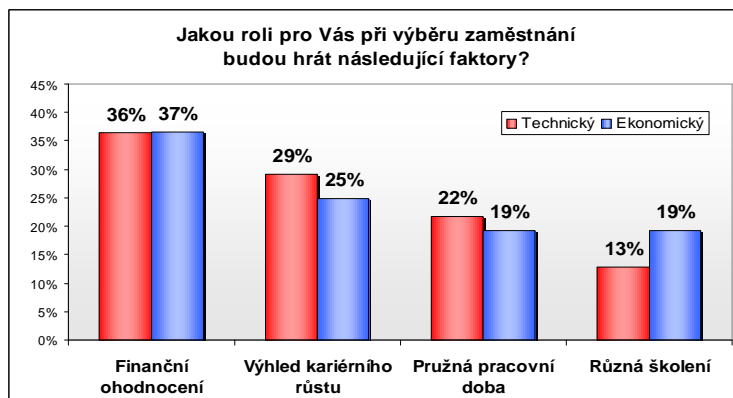
Poslední dvě otázky byly zaměřeny na zjištění motivačních faktorů.

Otázka č. 11: Jakou roli pro Vás při výběru zaměstnání budou hrát následující faktory?

V této otázce měli studenti za úkol rozdělit 100 bodů podle důležitosti mezi čtyři faktory, které popisuje graf č. 4.14.

Z grafu je patrné, že rozdíly mezi hodnocením důležitosti jednotlivých faktorů jsou z hlediska rozdílů dle skupin technického a ekonomického zaměření u jednotlivých položek zanedbatelné.

Graf 4. 14 Klíčové faktory při výběru zaměstnání



Zdroj: vlastní zpracování

Při porovnání mezi uvedenými faktory můžeme pozorovat odchylku v řádu desítek procent. Nejvíce bodů přiřadily obě skupiny *Finančnímu ohodnocení* – bezmála 40%, jako druhý nejdůležitější faktor při výběru zaměstnání studenti označili

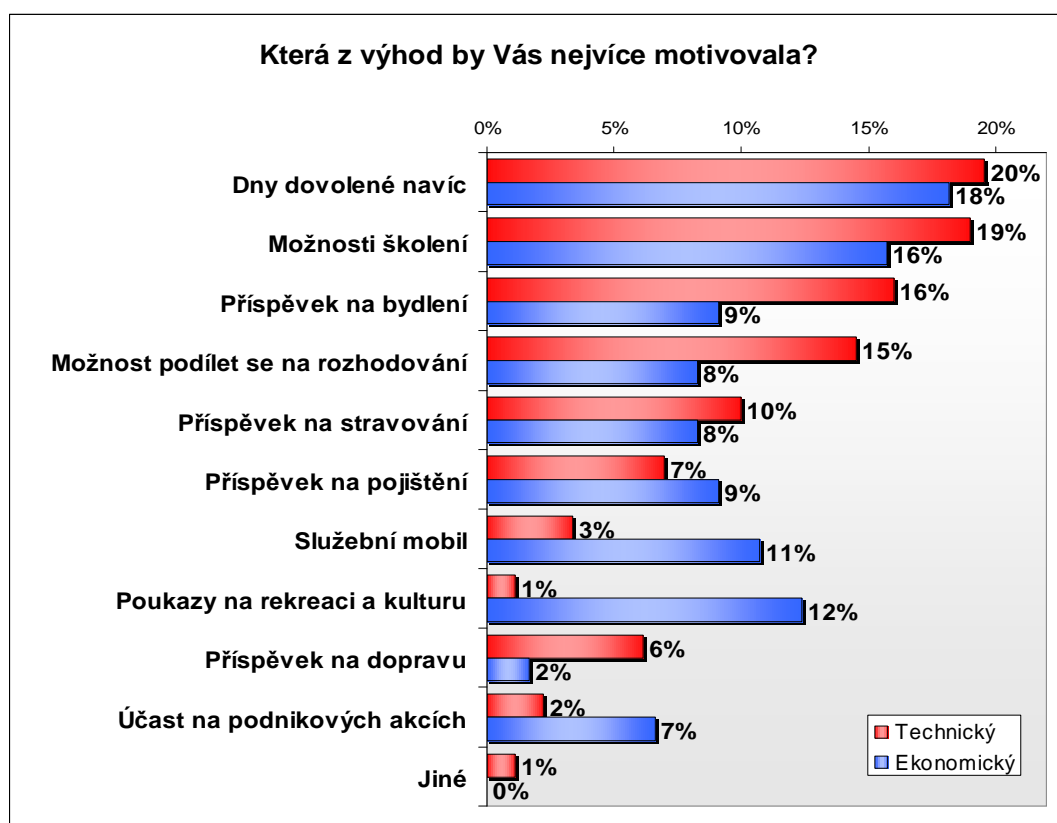
Výhled kariérního růstu, třetí v pořadí je *Pružná pracovní doba* a *Různá školení* zaujala 15% z celkového počtu bodů. Zde je zapotřebí zdůraznit, že tyto výsledky jsou porovnatelné s ostatními průzkumy prováděnými na poznání motivačních faktorů generace Y, je tedy nutné je vzít v úvahu při koncipování programu spolupráce studentů s podniky.

Otázka č. 12: Která z výhod by Vás nejvíce motivovala?

Studenti měli v této otázce označit maximálně 3 možnosti z deseti nabízených motivačních prvků. Tato otázka byla formulována jako polootevřená, a to z toho důvodu, aby měli studenti možnost vyjádřit se s návrhem, pokud by mezi zmíněnými deseti motivačními prvky nenašli ten, který je pro ně opravdu důležitý.

Z třídění dat druhého stupně je v grafu č. 4.15 vidět, že se mezi studenty technických a ekonomických oborů preference jednotlivých výhod výrazně liší, pouze *Dny dovolené navíc* a *Možnosti školení* jsou preferovány oběma skupinami zhruba stejně, a to v rozmezí 16% - 20%.

Graf 4. 15 Porovnání motivačních faktorů



Zdroj: vlastní zpracování

4.4 Shrnutí výsledků průzkumu

Z výsledků prováděného průzkumu se mi podařilo zjistit skutečnost, že naprostá většina studentů vyhledává během svého studia pracovní příležitosti, a to jak za účelem získání peněžních prostředků, tak za účelem získání praxe vč. navázání kontaktu s potenciálním zaměstnavatelem.

Informace o nabídkách podniků ke spolupráci studenti čerpají ve většině případů z internetových stránek, dále pak prostřednictvím školy, veletrhu pracovních příležitostí a webových stránek konkrétních významných firem.

Z devíti nabízených možností spolupráce studenti v průzkumu nevyloučili žádnou, a zájem projevili ať už více či méně o každou z nabízených možností. Za nejatraktivnější formu spolupráce pak studenti označili na 1. místě placenou brigádu a odbornou praxi, na 2. místě stipendium a stáž, a na 3. místě možnost vypracování závěrečné práce.

Co se týče výhod, které studenti označili jako motivační, nejvíce by uvítali dny dovolené navíc, absolvování různých školení, příspěvky na bydlení a možnost podílet se na rozhodování. Avšak zanedbatelná nejsou ani procenta u odpovědí, kdy by studenti byli motivováni příspěvkem na stravování, pojištění (penzijní, životní), poukazy na rekreaci a kulturu, na dopravu atd. Účast na podnikových akcích v rámci tzv. teambuildingu je rovněž jistými procenty zastoupena, lze ji proto jen doporučit.

5 NÁVRHY A DOPORUČENÍ

Při srovnání výsledků průzkumu, tedy toho co studenti žádají, a analýzy současného stavu, tedy toho co je jim nabízeno, zvláště pak v porovnání s nabídkami jiných významných podniků v ČR, spatřuji největší nedostatek v informovanosti studentů o programech, které společnost OKDD studentům VŠ nabízí.

Jelikož má společnost OKDD velmi dobře propracovaný systém získávání nových zaměstnanců, dá se odvodit, že tento systém je použitelný také pro získávání studentů, neboť student = potenciální zaměstnanec. Společnost OKDD aktivně využívá všech dostupných forem oslovování potenciálních zaměstnanců, jako jsou např. inzeráty na pracovních portálech, veletrhy pracovních příležitostí, reference z řad zaměstnanců, školy atd.

V rámci vytvoření nového motivačního programu určeného studentům vysokých škol tedy navrhuji společnosti 4 kroky, které dle mého názoru po podrobnějším rozpracování a zavedení do praxe pomohou společnosti OKDD stát se atraktivnějším zaměstnavatelem.

5.1 Návrh motivačního programu

Jelikož bezmála 80% studentů uvedlo, že k vyhledávání příležitostí spolupráce s podniky používají internet a dále 35% vyhledává pracovní příležitosti přímo na stránkách konkrétních firem, shledávám slabým místem v procesu informovanosti právě úpravu webových stránek společnosti týkající se sekce „Přidejte se k nám!“ a navrhuji následující:

1) Vypracování seznamu konkrétních forem spolupráce se studenty a přiřadit ke každé jednotlivé položce základní informace o uvedené nabídce, včetně podmínek, které musí zájemce splňovat. Tyto informace umístit do vlastního webovského prostoru tak, aby zde byly k dispozici studentům celoročně.

Navrhuji úpravu webových stránek společnosti OKDD tak, aby rozsahem informací určených studentům VŠ byly srovnatelné s jinými významnými společnostmi, které studentům a absolventům VŠ na svých webových stránkách umožňují základní orientaci v jednotlivých programech. Doporučuji rozšířit sekci

„Přidejte se k nám!“, která momentálně obsahuje informace pro uchazeče o zaměstnání a je uváděna pod názvem „Nabídka volných pracovních míst“ (oficiální webové stránky OKD, Doprava, 2010) o další, která by byla určena studentům VŠ a případně SŠ, například pod názvem:

„Nabídka spolupráce pro studenty“.

Zde by pak student našel seznam všech forem spolupráce, které společnost OKDD studentům v průběhu roku nabízí, tzn. *Odborná praxe, Placená brigáda, Stáž, Exkurze, Témata závěrečných prací* atd. a stejně jako u ostatních významných společností by si student u jednotlivých položek mohl přečíst informace o tom *Kdo se může přihlásit, Jaké požadavky musí splňovat, Co je náplní, Délka spolupráce, Termín přihlášek, Jak společnost kontaktovat, Jaká potvrzení je třeba doložit* atd.

2) Zavedení stipendijního programu jako další formy spolupráce se studenty.

Společnost OKDD nabízí studentům široké uplatnění v rámci spolupráce, nicméně jednu nabídku v porovnání s poptávkou studentů zde postrádám, a tou je udělování stipendií, které se objevilo na 2. místě žebříčku atraktivnosti.

Navrhuji společnosti vytvořit Stipendijní program určený studentům čtvrtých a pátých ročníků VŠ. Jejich počet by byl omezen s ohledem na aktuální potřeby podniku. Studenti by se museli přihlásit k určitému datu, poslat životopis s motivačním dopisem a doložit studijní výsledky. Výběr studentů by probíhal na základě předem avizovaného výběrového řízení.

Pro stanovení výše nově nabízeného stipendijního programu zde použiji vyhodnocení výsledků otázky č. 9.: aby byl student dostatečně motivován ke snaze získat stipendium, požaduje finanční dotaci vyplácenou v délce dvou let, která je úzce spojena s tím, zda se společností sepiše smlouvu na 1, 2 nebo 3 roky.

Proto navrhuji 3 varianty:

- Stipendium ve výši 2.000,-/měs – záruka sepsání pracovní smlouvy na 1 rok
- Stipendium ve výši 3.000,-/měs – záruka sepsání pracovní smlouvy na 2 roky
- Stipendium ve výši 4.000,-/měs – záruka sepsání pracovní smlouvy na 3 roky

V rámci podpoření stávajícího systému spolupráce se studenty a nově zavedeného Stipendijního programu je vhodné zvážit poskytování zaměstnaneckých výhod pro podpoření motivovanosti studentů. Z tohoto důvodu navrhuji:

3) Poskytování zaměstnaneckých výhod formou Cafeteria systému.

Z výsledků prováděného průzkumu, konkrétně otázka č. 12, která je zaměřena na zjištění motivace studentů v souvislosti s rozhodováním o budoucím zaměstnavateli vyplynulo, že studenti se velice různí ve svých stanoviscích k čerpání zaměstnaneckých výhod.

Proto navrhuji vytvořit komplexní balíček zaměstnaneckých výhod, který by v rámci Cafeteria systému byl nastaven tak, aby spolupracující studenti v rámci stipendia, praxe, či jiných aktivit, měli možnost již od počátku využívat část zaměstnaneckých výhod. S postupným začleňováním studentů do činností OKDD, by měli studenti možnost využívat větší část tohoto balíčku a po úspěšném ukončení studia s nástupem do OKDD by mohli tento balíček zaměstnaneckých výhod již plně využít.

Výhodou tohoto systému je skutečnost, že studenti se již během studia mají možnost plně se seznámit zaměstnaneckými výhodami potencionálního zaměstnavatele, a již v rané fázi plánování budoucí kariéry, přiřadit tuto zkušenost k posuzování atraktivnosti zaměstnavatelů.

Je v zájmu podniku i samotného studenta, aby spolupráce nekončila pouze udělením stipendia či pouhým absolvováním praxe, ale aby se tento vztah dále rozvíjel a prohluboval. Průzkum ukázal, že při výběru zaměstnavatele studenti připisují možnosti absolvovat různá školení celými 20%. Je tedy nanejvýš vhodné zařadit do motivačního programu pro studenty právě tuto možnost. V dalším bodě tedy navrhuji:

4) Zvážení možnosti školení a vzdělávacích programů pro studenty.

Školení a vzdělávání představuje pro studenty pocházející z generace Y výrazný motivační faktor, což kromě výsledků tohoto průzkumu (otázka č. 14) potvrzují také výsledky výzkumu prováděného PriceWaterhouseCoopers, jež jsou uvedeny v tabulce č. 2.1. Ve střední a východní Evropě uvedlo *Školení a rozvoj* jako první v pořadí preferovaných benefitů celých 61% respondentů.

V této souvislosti doporučuji společnosti OKDD provést detailnější rozpracování požadavků na budoucího zaměstnance a tomuto pak přizpůsobit školící program.

Přestože dle studentů možnost *stínování manažerů* nepatřilo mezi nejžádanější, doporučuji zahrnout i tuto možnost do celkové koncepce školení a rozvoje talentů, neboť o Stínování manažerů mělo z celkového počtu respondentů technických oborů zájem 25%.

6 ZÁVĚR

Motivace všeobecně je jakýmsi procesem, při kterém dochází k naladění a energetizaci mysli jedince nebo skupiny k určitému cíli. Jde vlastně o proces, který určuje směr, sílu a trvání našeho chování. Motivace usměrňuje naše chování a jednání pro dosažení určitého cíle.

Motivační program je uceleným souborem opatření při řízení lidských zdrojů, jehož cílem je aktivně ovlivňovat pracovní chování lidí a vytvořit v našem případě u studentů, tedy potenciálních zaměstnanců, pozitivní vztah k dané organizaci. Motivační program by měl být také součástí personální strategie firmy.

Cílem mé bakalářské práce bylo zjistit úroveň motivovanosti studentů k navázání vzájemných vztahů s podniky již během jejich studia a navrhnout konkrétní společnosti OKD, Doprava, a.s. motivační program, který by napomohl tyto vztahy ještě více rozvíjet.

Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část.

Teoretická část pojednává obecně o motivaci, je zaměřena na definici základních pojmů jako jsou například vnitřní a vnější motivace, konkrétní motivační teorie nebo přístup k práci dle generačního zařazení. Dále pak charakterizuje daný podnik OKD, Doprava, a.s. a stručně se také věnuje metodologii kvantitativního výzkumu.

V praktické části je provedena analýza současného stavu spolupráce mezi firmou OKD, Doprava, a.s. a studenty VŠ. Analýza byla provedena metodou písemného dotazování, po jejímž vyhodnocení jsou zde zachyceny návrhy a doporučení, která by měla vést ke zlepšení motivace studentů.

Po provedené analýze lze ve stručnosti shrnout stěžejní prvky motivačního programu, kterými by se firma OKD, Doprava, a.s. měla zabývat:

1. Úprava vlastních webových stránek pro lepší orientaci studentů.
2. Zavedení stipendijních programů jakožto další formy spolupráce se studenty.
3. Poskytování zaměstnaneckých výhod formou Cafeteria systému
4. Zavést školení a vzdělávací programy pro studenty.

Vzhledem k tomu, že firma OKD, Doprava, a.s. je v našem kraji organizací s dlouholetou historií, má tedy již za sebou mnoho různých změn, a to jak z hlediska politického, tak ekonomického, sociálního či technologického. Proto se jistě bude umět rychle přizpůsobit i v oblasti zaměřené na spolupráci se studenty VŠ uvedené v této bakalářské práci.

Seznam použité literatury

1. ADAIR, John. Efektivní motivace. Přel.: Vorlíčková, L. 1. vyd. Praha: Alfa Publishing, 2004. 178 s. ISBN 80-86851-00-1.
2. ARMSTRONG, Michael. Řízení lidských zdrojů, Nejnovější trendy a postupy. Přel.: Koubek, J. 10.vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 789 s. ISBN 978-80-247-1407-3.
3. BEDRNOVÁ, Eva; NOVÝ, Ivan. Psychologie a sociologie řízení. 1. vyd. Praha: Management Press, 1998. 559 s. ISBN 80-85943-57-3.
4. BĚLOHLÁVEK, František. Jak řídit a vést lidi. 4. vyd. Brno, CP Books, 2005. viii, 100 s. ISBN 80-251-0505-9.
5. KOUBEK, Josef. Řízení lidských zdrojů. Základy moderní personalistiky. 4. vyd. Praha: management Press, 2007. 350 s. ISBN 978-80-7261-168-3.
6. LEDNICKÝ, Václav. Základy managementu. 4.vyd. Ostrava: Akademie J. A. Komenského 2003. 165 s. ISBN 80-7048-017-3.
7. NAKONEČNÝ, Milan. Motivace lidského chování. 1. vyd. Praha: Academia, 1996. 270 s. ISBN 80-200-0592-7.
8. PAVLICA, Karel. Sociální výzkum, podnik a management. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2000. 161 s. ISBN 80-86119-25-4.
9. STÝBLO, Jiří. Moderní personalistika. Trendy, inspirace, výzvy. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1998. 144 s. ISBN 80-7169-616-1.
10. SURYNEK, Alois; KOMÁRKOVÁ, Růžena; KAŠPAROVÁ, Eva. Základy sociologického výzkumu. 1.vyd. Praha: Management Press, 2001. 160 s. ISBN 80-7261-038-4.
11. ŠTIKAR, Jiří. Psychologie ve světě práce. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003. 461 s. ISBN 80-246-0448-5.
12. Studijní materiály k předmětu Metody a techniky průzkumu, 2009.
13. Interní materiály společnosti OKD, Doprava, a.s.

Internetové odkazy:

Vyplňto.cz [online]. [citováno dne 9.3.2010]. Dostupné na WWW:
<<http://www.vyplnto.cz/jak-spravne-sestavit-dotaznik/>>.

Wikipedia.org [online]. [citováno dne 10.4.2010]. Dostupné na WWW:
<http://cs.wikipedia.org/wiki/OKD,_Doprava#Historie>.

Logistika.ihned.cz [online]. [citováno dne 10.4.2010]. Dostupné na WWW:
<http://logistika.ihned.cz/1-10002800-31344220-B00000_d-6b>.

Wikipedia.org [online]. [citováno dne 1.4.2010]. Dostupné na WWW:
< http://en.wikipedia.org/wiki/Generation_Y#cite_note-25>.

Jobs.cz [online]. [citováno dne 1.4.2010]. Dostupné na WWW:
<[http://osobnosti.jobs.cz/hr-a-kariera/rezlerova-jaroslava/clanek/?tx_wecknowledgebase_pi1\[tt_news\]=182&tx_wecknowledgebase_pi1\[backPid\]=203&cHash=a844b02ff4](http://osobnosti.jobs.cz/hr-a-kariera/rezlerova-jaroslava/clanek/?tx_wecknowledgebase_pi1[tt_news]=182&tx_wecknowledgebase_pi1[backPid]=203&cHash=a844b02ff4)>.

Marketingovénoviny.cz [online]. [citováno dne 15.4.2010]. Dostupné na WWW:
<http://www.marketingovenoviny.cz/index.php3?Action=View&ARTICLE_ID=7680>.

Deloitte.com [online]. [citováno dne 13.4.2010] Dostupné na WWW:
<http://www.deloitte.com/print/cs_CZ/cz/prumyslova-odvetvi/vyroba/press-release/f33d5c968b0fb110VgnVCM100000ba42f00aRCRD.htm>.

Hospodářskénoviny.cz [online]. [citováno dne 11.4.2010] Dostupné na WWW:
<<http://www.pwc.com/cz/cs/clanky-2009/mladi-touzi-menit-misto-maximalne-petkrat-za-zivot.jhtml>>.

Seznam zkratek

OKDD	OKD, Doprava akciová společnost
HPP	Hlavní pracovní poměr
SOŠD Ostrava – Vítkovice	Střední odborná škola dopravní
SŠTO Havířov – Šumbark	Střední škola technických oborů
SŠT Havířov Šumbark	Střední škola technická
VŠ.....	Vysoká škola
SŠ	Střední škola
ČR	Česká republika
KS.....	Kolektivní smlouva
ZK	Základní kapitál
NWRT	New World Resources Transportation

Seznam obrázků

Obr. 2. 1 Proces motivace	6
Obr. 2. 2 Maslowova pyramida	8
Obr. 2. 3 Faktory Herzbergovy dvoufaktorové teorie motivace	10

Seznam grafů

Graf 4. 1 Pohlaví respondentů.....	30
Graf 4. 2 Respondenti dle zaměření studia	31
Graf 4. 3 Pohlaví respondentů dle zaměření studia.....	31
Graf 4. 4 Zájem studentů o práci při studiu.....	32
Graf 4. 5 Důvody studentů k vyhledávání pracovních příležitostí	33
Graf 4. 6 Způsoby vyhledání informací	34
Graf 4. 7 Přehled možností spolupráce	35
Graf 4. 8 Pořadí atraktivnosti uvedených položek	36
Graf 4. 9 Využité nabídky spolupráce	37
Graf 4. 10 Uplatnění v oboru	38
Graf 4. 11 Požadavky nástupního platu.....	39
Graf 4. 12 Požadovaná výše stipendia	40
Graf 4. 13 Uplatnění absolventů na trhu práce	41
Graf 4. 14 Klíčové faktory při výběru zaměstnání	41
Graf 4. 15 Porovnání motivačních faktorů	42

Seznam tabulek

Tab. č. 2. 1 Kterých z benefitů na příštích pět let si nejvíce ceníte?	15
Tab. č. 3. 1 Účetní závěrky OKDD.....	24
Tab. č. 4. 1 Studenti dle jednotlivých ročníků a plánovaného dosažení titulu	30

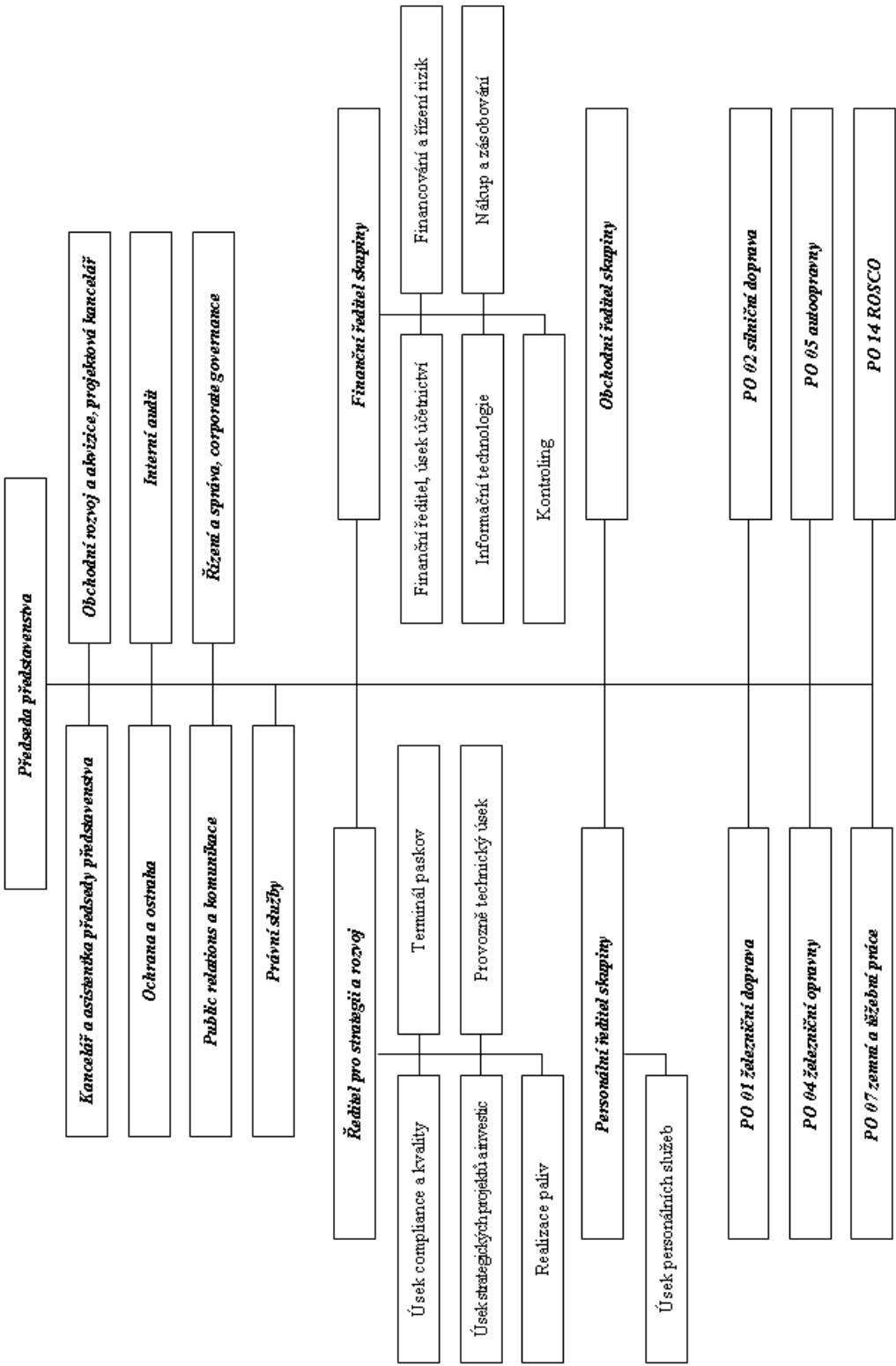
Seznam příloh

Příloha č. 1: Organizační struktura společnosti OKDD

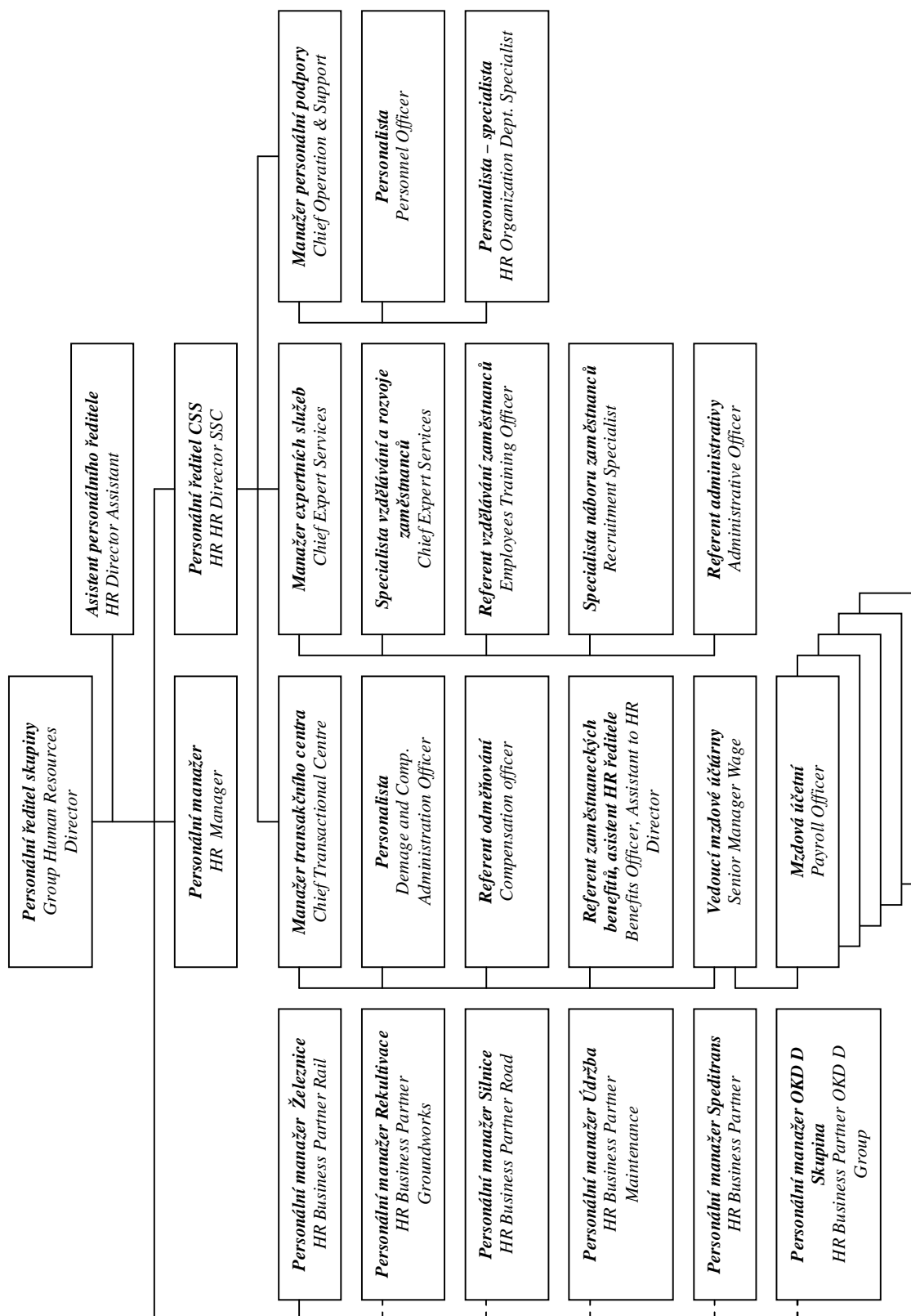
Příloha č. 2: Organizační struktura personálního úseku

Příloha č. 3: Dotazník

Organizační struktura společnosti OKD, Doprava, a.s.



Organizační struktura personálního úseku



D O T A Z N Í K

Vážení studenti,

dovoluji si Vás požádat o vyplnění následujícího dotazníku, který je součástí průzkumu zaměřeného na motivaci studentů vysokých škol, zapojit se již během studia do pracovního procesu a rozšířit si tak své pracovní zkušenosti a zároveň výrazně zvýšit možnosti pozdějšího uplatnění na pracovním trhu.

Cílem průzkumu je zjistit úroveň motivovanosti studentů k navázání vzájemných vztahů s podniky v rámci stipendijních a jiných programů, nabízejících odborné praxe, stáže atp.

Dotazník je zcela anonymní a výsledky budou použity v mé bakalářské práci na téma: "Motivační program určený studentům vysokých škol". Vybrané odpovědi, prosím, zakřížkujte.

Předem Vám děkuji za Váš čas a pečlivé vyplnění všech otázek.

Nad'a Brončková, studentka VŠB-TUO, Ekf

1. Vyhledáváte pracovní příležitosti během studia? ☐ ano ☐ ne (přejděte k ot. č. 3)

2. V případě, že ano, jde Vám především o: (vyberte pouze jednu z možností)

☐ peněžní příjem

☐ pouhé získání praxe (praktických dovedností)

☐ získání praxe, navázání kontaktu s potenciálním zaměstnavatelem

3. Odkud čerpáte informace o nabídkách podniků ke spolupráci se studenty VŠ? (uvedte více možností)

☐ internet obecně

☐ škola

☐ inzeráty (tisk)

☐ reference od známých

☐ zaměřuji se na webové stránky konkrétních firem, které mě zajímají

☐ veletrhy pracovních příležitostí

☐ jiné, napište

4. Které z položek jsou pro Vás zajímavé?

5. Vámi vybrané položky seřadte dle atraktivnosti.

a) stipendium

☐ ano ☐ ne

(číslyte od 1 – nejvíce atraktivní)

b) placená brigáda

☐ ano ☐ ne

c) odborná praxe

☐ ano ☐ ne

d) stáže

☐ ano ☐ ne

e) exkurze

☐ ano ☐ ne

f) vypracování závěrečné práce

☐ ano ☐ ne

g) dny otevřených dveří

☐ ano ☐ ne

h) možnost stínování manažerů

☐ ano ☐ ne

i) veletrh pracovních příležitostí

☐ ano ☐ ne

j) jiná, napište

6. Které z uvedených nabídek jste Vy osobně využil/a?

☐ stipendium

☐ odborná praxe

☐ exkurze

☐ stínování manažerů

☐ placená brigáda

☐ stáže

☐ den otevřených dveří

☐ žádnou

7. Je pro Vás důležité po ukončení studia uplatnit se ve Vámi studovaném oboru?

☐ rozhodně ano

☐ spíše ano

☐ spíše ne

☐ rozhodně ne

8. V jakém rozmezí si představujete svůj nástupní plat? (uvedte hrubý příjem)

☐ 14-16 tisíc

☐ 17-20 tisíc

☐ 21-24 tisíc

☐ 25-29 tisíc

☐ 30 tisíc a více

9. Za jakou výši stipendia, počítejme 2-leté období, byste byli ochotni zavázat se společnosti na:
(pro každou variantu zvolte jednu z možností)

	1000Kč/měs	2000Kč/měs	3000Kč/měs	4000Kč/měs	5000Kč/měs a více	V žádném případě
a) 1 rok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) 2 roky	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) 3 roky	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Myslíte si, že po ukončení studia se snadno uplatníte na trhu práce?

☐ rozhodně ano ☐ spíše ano ☐ spíše ne ☐ rozhodně ne

11. Jakou roli pro Vás při výběru zaměstnání budou hrát následující faktory?

(rozdělte 100bodů podle důležitosti)

- bodů finanční ohodnocení (mzda včetně odměn a benefitů)
 bodů pružná pracovní doba (alternativní-zkrácené-úvazky, práce z domu)
 bodů výhled kariérního růstu
 bodů možnost absolvovat různá školení

12. Která z výhod by Vás nejvíce motivovala? (vyberte max. 3 možnosti)

- ☐ příspěvek na stravování ☐ účast na akcích pořádaných podnikem (tzv. teambuilding)
☐ příspěvek na pojištění (penzijní, životní) ☐ možnosti školení (jazykové kurzy...)
☐ příspěvek na dopravu ☐ dny dovolené navíc
☐ příspěvek na bydlení ☐ služební mobil
☐ poukazy na rekreaci a kulturu ☐ možnost podílet se na rozhodování
☐ jiná, vypište

Identifikační údaje respondenta:

Jste: ☐ muž ☐ žena

Věk:

Studujete na VŠB-TUO: (vyberte fakultu)

- ☐ fakulta strojní ☐ hornicko-geologická fakulta ☐ fakulta elektrotechniky a informatiky
☐ fakulta stavební ☐ fakulta bezpečnostního inženýrství
☐ fakulta ekonomická ☐ fakulta metalurgie a materiálového inženýrství

Vypište obor:

Uved'te ročník: (absolvent napíše A, student 1. ročníku navazujícího magisterského studia napíše 4)

Máte v úmyslu ukončit své vzdělání:

- ☐ bakalářským studiem ☐ magisterským studiem ☐ doktorským studiem ☐ jiným:

Ještě jednou Vám děkuji a přeji příjemný zbytek dnešního dne.